

SKRIPSI

PENGARUH GIRO WADIAH, BEBAN BONUS DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANDA ACEH PERIODE 2013-2020



DISUSUN OLEH:

**ZUMARA
NIM. 170603027**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1443 H**

SKRIPSI

PENGARUH GIRO WADIAH, BEBAN BONUS DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANDA ACEH PERIODE 2013-2020



DISUSUN OLEH:

**ZUMARA
NIM. 170603027**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Zumara
NIM : 170603027
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري

A R - R A Banda Aceh, Desember 2021

Yang Menyatakan


Zumara



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh 2013-2020

Disusun Oleh:

Zumara

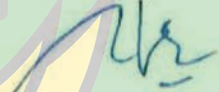
NIM. 170603027

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

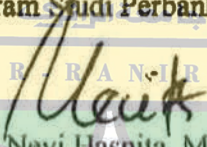

Farid Fathony Ashal, Lc., MA.
NIP. 198604272014031002

Pembimbing II


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus Dan Biaya Pemasaran
Terhadap Laba Pada Bank Syariah Indonesia Cabang
Banda Aceh 2013-2020**

Zumara
NIM. 170603027

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam Bidang
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : **Kamis, 13 Januari 2022 M**
11 Jumadil Akhir 1443 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

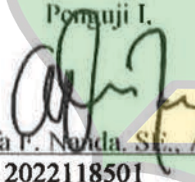
Ketua


Farid Fathony Ashal, Lc., MA.
NIP. 198604272014031002

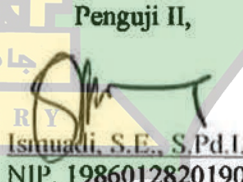
Sekretaris


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

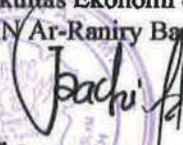
Penguji I.


T. Syifa F. Nanda, SE., AK., M.Acc
NIDN. 2022118501

Penguji II,


Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



MENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT.PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id. Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zumara
NIM : 170603027
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : zumara241@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi
yang berjudul:

PENGARUH GIRO WADIAH, BEBAN BONUS DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANDA ACEH PERIODE 2013-2020

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 09 Agustus 2022

Penulis

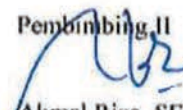
Zumara

NIM. 170603029

Mengetahui:
Pembimbing


Farid Fathoni Asmal, Lc., MA.
NIP. 198604272014031002

Pembimbing II


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Periode 2013-2020”. Shalawat beriringan salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nebvi Hasnita M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Rina Desiana, M.E selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Farid Fathony Ashal, Lc., MA. selaku pembimbing I dan Akmal Riza, SE., M.Si selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberi arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Ayumiati, SE, M.Si Selaku Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan informasi dan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan.
6. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry selama proses belajar mengajar dan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengizinkan dan bekerjasama sehingga peneliti dapat melakukan penelitiannya.
7. Seluruh pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengizinkan dan bekerjasama sehingga peneliti dapat melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan mudah.
8. Kedua orang tua yang terhormat dan tercinta Ayah, Ibunda, suami tercinta dan anak tersayang yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, didikan, dukungan moral, finansial, motivasi dan doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, serta semua yang telah diberikan

selama ini yang tidak ternilai harganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.

9. Sahabat-sahabat tersayang khususnya Rizqi Andini Meutia, Annisva Maisyura, Bianca Rara T, Siti Astri putri yang menemani, membantu dan memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 22 November 2021

Penulis,

A R - R A N I R Y

Zumara

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Š	29	ي	Y
15	ض				

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آ/يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يِ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal :
al-madinah al-munawwarah/ :
al-madinatul munawwarah

talhah :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan

nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauif, bukan Tasawuf



ABSTRAK

Nama : Zumara
NIM : 170603027
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Periode 2013-2020
Tanggal Sidang :
Tebal Skripsi : 90 Halaman
Pembimbing I : Farid Fanthony Ashal, Lc., MA.
Pembimbing II : Akmal Riza, SE., M.Si

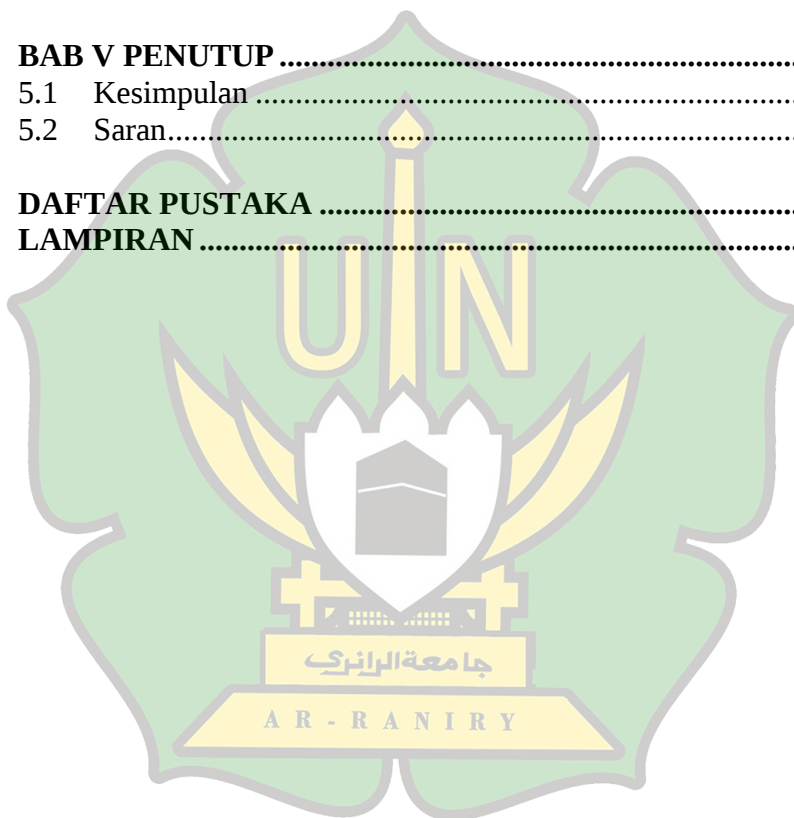
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh giro wadiah, beban bonus dan biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh serta pengaruh ketiganya terhadap laba. Penelitian ini untuk melihat hubungan kausal (sebab akibat) antar variabel penelitian, yaitu variabel independen X_1 (giro wadiah), X_2 (beban bonus wadiah), X_3 (biaya pemasaran) terhadap variabel dependen Y (laba). Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh, yang dipublikasikan di masing-masing *website* resminya pada periode 2013-2020. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara giro wadiah terhadap laba (Y). Terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara biaya pemasaran terhadap laba (Y). Semua variabel independen yaitu giro wadiah, beban bonus wadiah, dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Giro wadiah, beban bonus wadiah, biaya pemasaran dan laba

DAFTAR ISI

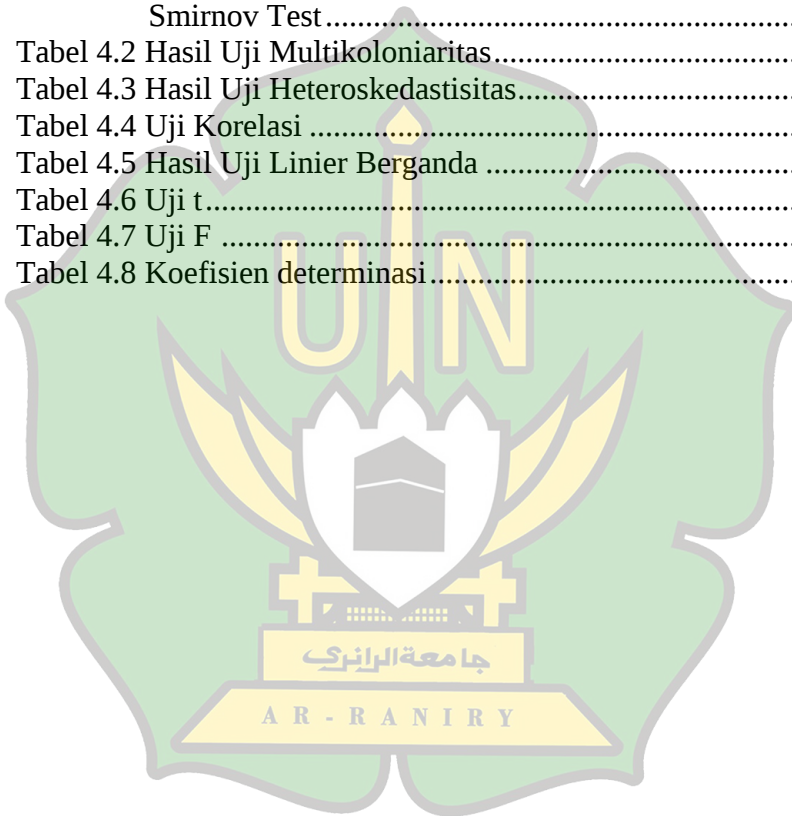
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG.....	v
FORM PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 12
2.1 Giro Wadiah	12
2.2 Beban Bonus Wadiah.....	22
2.3 Biaya Pemasaran	23
2.4 Laba	31
2.5 Perbankan Syariah.....	41
2.6 Penelitian Terdahulu	43
2.7 Kerangka Pemikiran.....	47
2.8 Hipotesis.....	51
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 51
3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya	54
3.3 Lokasi Penelitian.....	55
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6 Operasional Variabe.....	60
3.7 Metode Analisis Data	62

3.8	Rancangan Hipotesis	65
3.9	Uji Koefisien Determinasi	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	69
4.2	Hasil Penelitian	74
4.3	Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Laporan Triwulan Bank Syariah Islam 2013-2021 ..	57
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	62
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	75
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikoloniaritas.....	76
Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4.4 Uji Korelasi	79
Tabel 4.5 Hasil Uji Linier Berganda	80
Tabel 4.6 Uji t.....	81
Tabel 4.7 Uji F	82
Tabel 4.8 Koefisien determinasi.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran Persial dan Simulthan.....	51
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu Negara (Rahman, 2014). Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar pula peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Perekonomian Indonesia masih mengalami pasang-surut, pemerintah melakukan kebijakan deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur) dan debirodekritasi (penghapusan dan pengurangan hambatan yang terdapat dalam sistem birokrasi) yang dijalankan secara bertahap pada sektor keuangan dan perekonomian. Salah satu maksud dari kebijakan deregulasi dan debirokratisasi adalah upaya untuk membangun suatu sistem perbankan yang sehat, efisien, dan tangguh. Dampak dari *over regulated* terhadap perbankan adalah kondisi stagnan dan hilangnya inisiatif perbankan. Hal tersebut mendorong Bank Indonesia melakukan deregulasi perbankan untuk memodernisasi perbankan sesuai

dengan tuntutan masyarakat, dunia usaha, dan kehidupan ekonomi pada periode tersebut (Rahman, 2014).

Bank memiliki peran dalam sistem keuangan untuk mendorong perekonomian nasional karena bank merupakan pengalihan aset melalui unit surplus dan unit deficit, tempat bertransaksi serta menyimpan dana dalam bentuk tabungan, giro maupun deposito, serta memperlancar lalu lintas pembayaran. Bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan (Rahman, 2014) bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dengan pengesahan ini diharapkan, industri perbankan syariah dapat lebih berkembang dengan pesat dan memberikan manfaat lebih besar. Kepastian hukum dan jaminan keamanan juga akan lebih nyata bagi para investor dan para pelaku usaha perbankan syariah guna memayungi kemapanan legalisasinya. Dengan pengesahan ini diharapkan, industri perbankan syariah dapat lebih berkembang dengan pesat dan memberikan manfaat lebih besar. Kepastian hukum dan jaminan keamanan juga akan lebih nyata bagi para investor dan para pelaku usaha perbankan syariah (Antonio, 2011).

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha

syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan Syariah Bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits (Antonio, 2011).

Pada bank syariah dalam segi pendanaan meliputi giro, tabungan, deposito/investasi, serta obligasi atau biasa disebut dengan sukuk pada sistem syariah. Dalam segi pembiayaan meliputi pemberian pinjaman (kredit). Produk jasa perbankan lainnya yang ditawarkan seperti jual beli valuta asing, anjak piutang, transfer, inkaso, kliring, dan lain sebagainya (Antonio, 2011).

Giro merupakan istilah perbankan untuk suatu cara pembayaran yang hampir merupakan kebalikan dari sistem cek. Suatu cek diberikan kepada pihak penerima pembayaran yang menyimpannya di bank mereka, sedangkan giro diberikan oleh pihak pembayar (payer) ke banknya, yang selanjutnya akan mentransfer dana kepada bank pihak penerima, langsung ke akun mereka. Simpanan giro atau lebih populer disebut dengan rekening giro menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 yakni simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainya atau dengan cara pemindah bukuan (Amin, 2015:14).

Wadiah merupakan titipan murni dari satu pihak kepihak lain,

baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja kepada penitip sesuai dengan yang dikehendaki. Menurut Amin (2015:14), akad wadiah didefinisikan sebagai sebuah akad memberikan orang lain sebuah perwakilan (agensi) untuk menjaga barang atau kepemilikan yang sah. Secara singkat giro wadiah dapat diartikan sebagai bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya atau dengan cara pemindahbukuan yang didasarkan pada prinsip titipan, oleh karena itu nasabah tidak mendapat keuntungan berupa bagi hasil melainkan bonus yang nilainya tidak boleh diperjanjikan diawal akad.

Giro wadiah sebagai produk penghimpun dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No. 9/19/PBI 2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Pasal 23 PBI dimaksud menyebutkan antara lain bahwa pemenuhan Prinsip Syariah dilakukan melalui kegiatan penghimpunan dana dengan mempergunakan antara lain akad wadiah dan *mudharabah* (Bahsan,2015:12).

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa beban bonus wadiah merupakan arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau pengeluaran untuk memberikan suatu penghargaan atau suatu imbalan tanpa ada kesepakatan sebelumnya. Pengeluaran bank

syariah tidak saja dari beban bonus wadiah tetapi ada biaya pemasaran.

Biaya Pemasaran hanya meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Dalam arti luas biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 2014:98). Biaya pemasaran biasanya mencakup biaya iklan ataupun periklanan yang mana biaya iklan adalah pengeluaran yang digunakan untuk iklan promosi suatu produk untuk mengenalkannya kepada masyarakat atau konsumen.

Semakin berkembangnya perbankan syariah saat ini mengakibatkan perlunya biaya pemasaran untuk memperkenalkan lembaga tersebut kepada masyarakat luas, dengan cara melalui promosi dari mulut kemulut, atau teknologi yang dipakai saat ini seperti: brosur, *phamplet*, iklan televisi, internet dan lain-lain sehingga hal itu dapat memangkas laba yang dimiliki perusahaan tersebut. Laba merupakan selisih total pendapatan dikurangi biaya-biaya dari kegiatan usaha perusahaan yang diperoleh selama periode tertentu.

Menurut Islahuzzaman (2012:238) Laba juga suatu ukuran untuk mencocokkan apakah laba yang dihasilkan sama dengan laba yang direncanakan sebelumnya. Laba semakin tinggi jika mendekati perencanaan awal atau melebihi target dari rencana awal. Begitu juga sebaliknya jika kualitas laba rendah penyajiannya

laba tidak sesuai dengan laba sebenarnya sehingga informasi yang didapat dari laporan laba tidak seimbang.

Adapun dibawah ini adalah tabel tujuh tahun terakhir (2013-2020) laporan triwulan Bank Syariah Indonesia.

Tabel 1.1
Laporan Triwulan Bank Syariah Islam 2013-2020
(Dalam Jutaan Rupiah)

N o	LAPORAN TRIWULAN	GIRO WADIAH	BEBAN BONUS WADIAH	BIAYA PEMASARA N	LABA
1	Maret 2013	465.876	5.236	5.292	20.292
2	Juni 2013	578.873	6.223	6.748	20.788
3	September 2013	619.116	7.390	6.932	21.900
4	Desember 2013	738.831	7.667	7.955	22.568
5	Maret 2014	850.448	8.448	8.555	23.600
6	Juni 2014	887.285	8.818	9.526	24.659
7	September 2014	905.873	9.223	9.748	25.788
8	Desember 2014	949.116	10.390	10.132	25.900
9	Maret 2015	865.876	17.236	15.292	26.292
10	Juni 2015	1.178.873	18.223	82.748	26.788
11	September 2015	1.119.116	31.390	30.132	28.900
12	Desember 2015	938.831	25.667	138.955	30.568
13	Maret 2016	999.448	983.448	19.555	32.600
14	Juni 2016	1.487.285	13.418	69.926	34.659
15	September 2016	2.178.873	28.223	92.748	36.788
16	Desember 2016	3.119.116	21.390	70.132	28.900
17	Maret 2017	938.831	25.667	138.955	30.568
18	Juni 2017	999.448	800.448	19.555	32.600
19	September 2017	1.487.285	19.418	79.926	33.659
20	Desember 2017	2.178.873	20.223	82.748	33.788

21	Maret 2018	3.119.116	31.390	30.132	34.900
22	Juni 2018	938.831	25.667	138.955	35.568
23	September 2018	1.500.400	40.500	100.300	35.800
24	Desember 2018	2.355.180	59.415	65.256	36.551
25	Maret 2019	3.772.138	400.806	107.200	37.788
26	Juni 2019	2.500.400	40.500	130.300	36.800
27	September 2019	2.355.180	59.415	65.256	37.551
28	Desember 2019	1.094.260	31.817	111.109	38.958
29	Maret 2020	3.500.400	40.500	110.300	38.800
30	Juni 2020	2.355.180	59.415	65.256	35.551
31	September 2020	5.772.138	304.806	117.200	36.788
32	Desember 2020	6.770.222	408.600	217.200	38.888

Berdasarkan pengeluaran data Bank Syariah (2019) tidak saja dari beban bonus wadi'ah tetapi ada biaya pemasaran. Biaya Pemasaran hanya meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Dalam arti luas biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Biaya pemasaran biasanya mencakup biaya iklan ataupun periklanan yang mana biaya iklan adalah pengeluaran yang digunakan untuk iklan promosi suatu produk untuk mengenalkannya kepada masyarakat atau konsumen.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa laba sebelum pajak dalam setiap periode mengalami fluktuasi yang tidak sedikit dan terus berubah-ubah, fluktuasi laba sebelum pajak ini dapat diketahui dengan melihat laba triwulan. Selain itu laba sebelum pajak diproyeksikan untuk melihat atau menentukan laba-laba dimasa mendatang. Dalam hal penelitian ini penulis ingin mengkaji

lebih dalam tentang giro wadiah, beban bonus dan biaya pemasaran dalam mempengaruhi laba suatu Bank Syariah di Indonesia terutama di Aceh.

Selanjutnya permasalahan yang diutarakan pada latar belakang tersebut, timbul beberapa pertanyaan berkaitan dengan kondisi laba yang berubah-ubah dari tiap-tiap bank dan secara umum berfluktuatif. Hal ini, penelitian terfokus pada BSI karena laba yang dimiliki bank tersebut lebih rendah dibandingkan bank lainnya. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus, Biaya Pemasaran Terhadap Laba pada Bank Syariah di Cabang Banda Aceh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah giro wadiah berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh?
2. Apakah beban bonus berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh?
3. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh?
4. Apakah giro wadiah, beban bonus dan biaya pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dan ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui giro wadiah berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui beban bonus wadiah berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui giro wadiah, beban bonus dan biaya pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh?

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian ini, maka

1. Bagi Bank Umum Syariah di Indonesia diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini bisa lebih meningkatkan tanggung jawab sosialnya lagi, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik untuk menabung dan berinvestasi diperusahaannya.
2. Bagi investor penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru kepada investor dalam menilai tanggung jawab perusahaan sehingga dapat dijadikan alat untuk

pengambilan keputusan investasi dengan memilih saham pada bank umum syariah di Indonesia.

3. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk lebih memahami bagaimana cara menganalisis dan memecahkan masalah-masalah yang nyata melalui teori yang didapatkan dalam kuliah ataupun dari jurnal dan buku mengenai pengaruh giro wadiah, beban bonus wadiah, dan biaya pemasaran terhadap laba.

1.5 Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang yang berisi uraian masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Bab ini berisi tentang teori yang berupa definisi yang diambil dari berbagai sumber baik itu dari jurnal, buku, ataupun lainnya yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti. Bab ini menjelaskan definisi dari bank syariah, pengertian giro wadiah, beban bonus wadiah dan biaya pemasaran. Bab ini juga membahas mengenai laba dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan laba serta rumus yang dipakai untuk meneliti. Dalam bab ini juga berisi tentang temuan penelitian terdahulu, model penelitian dan kerangka berpikir, dan pengembangan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang informasi tentang penelitian seperti jenis penelitian yang dilakukan, data dan teknik pemerolehan data yang dilakukan, teknik dalam pengumpulan data, variabel penelitian yang dipakai, metode analisis data yang dipakai, dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan mengenai penelitian yang diteliti.

Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan inti dari rumusan masalah yang diteliti dan juga dilengkapi dengan saran yang menjelaskan keterbatasan penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Kemudian diakhiri dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran yang penting.

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Giro Wadiah

2.1.1 Pengertian Giro Wadiah

Pengertian giro menurut Undang-Undang Pokok Perbankan (No. 14 tahun 1967 Bab I) adalah “Simpanan pihak ketiga pada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, surat perintah pembayaran lain atau dengan cara pemindah bukuan (Rahardja, 2013:14). Giro sebagai salah satu bentuk atau jenis simpanan tidak dapat dilepaskan dari pengertian simpanan. Disamping giro, bentuk simpanan lainnya adalah tabungan dan deposito. Ketiga bentuk simpanan tersebut harus dikaitkan dan dilaksanakan sesuai dengan pengertian simpanan (Bahsan, 2015:14).

Pengertian simpanan giro atau yang lebih populer disebut rekening giro menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 adalah “simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan”. Sedangkan menurut Kasmir (2014:76-77) pengertian simpanan adalah “dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan atau yang dapat disamakan dengan

itu”.

Dari kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa simpanan adalah sejumlah uang yang dititipkan di bank atau dipelihara oleh bank. Jenis simpanan yang ada di bank selain giro adalah tabungan dan deposito. Pengertian simpanan giro merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Artinya bahwa uang yang disimpan di rekening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan misalnya waktu jam kantor, keabsahan dan kesempurnaan cek serta saldonya tersedia.

Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan, yakni cek dan *Bilyet giro* (BG). Apabila penarikan dilakukan secara tunai, maka sarana penarikannya adalah dengan menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan non tunai adalah dengan menggunakan *bilyet giro*. Di samping itu, jika kedua sarana penarikan tersebut habis atau hilang, maka nasabah dapat melakukan sarana penarikan lainnya seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang ditandatangani di atas materai.

Pemilik rekening giro disebut *girant* dan kepada setiap *girant* akan diberikan imbalan berupa jasa giro yang besarnya tergantung bank yang mengeluarkannya. Bagi bank giro merupakan dana murah karena imbalan yang diberikan kepada *girant* merupakan imbalan yang paling rendah jika dibandingkan dengan imbalan simpanan lainnya seperti tabungan dan deposito.

Menurut Bahsan (2015:2), Cek merupakan salah satu sarana

yang digunakan untuk menarik atau mengambil uang di rekening giro. Fungsi lain dari cek adalah sebagai alat untuk pembayaran. Pengertian cek adalah surat perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut untuk membayar sejumlah uang kepada pihak yang disebutkan dalamnya atau kepada pemegang cek tersebut. Artinya bank harus membayar kepada siapa saja yang membawa cek ke bank yang memelihara rekening nasabah untuk di uangkan sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan, baik secara tunai maupun pemindahbukuan.

Bilyet Giro (BG) atau lebih dikenal dengan nama giro merupakan surat perintah dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut, untuk memindahbukukan sejumlah uang dari rekening yang bersangkutan kepada pihak penerima yang disebutkan namanya atau nomor rekeningnya pada bank yang sama atau bank lainnya. Sama seperti halnya dengan cek, *bilyet giro* juga dapat ditarik dari bank lain yang bukan penerbit rekening giro. Proses penarikannya juga melalui kliring untuk yang dalam satu kota dan inkaso untuk luar kota dan luar negeri. Pemindahbukuan pada rekening bank yang bersangkutan artinya dipindahkan dari rekening nasabah si pemberi *bilyet giro* (BG) kepada nasabah penerima BG. Sebaliknya, jika dipindahbukukan ke rekening di bank yang lain, maka harus melakukan proses kliring atau inkaso.

Syarat yang berlaku untuk *Bilyet Giro* agar pemindah

bukuannya dapat dilakukan antara lain:

- a. Ada nama *Bilyet Giro* dan nomor serinya.
- b. Perintah tanpa syarat untuk memindahbukukan sejumlah uang atas beban rekening yang bersangkutan.
- c. Nama dan alamat bank tertarik.
- d. Jumlah dana yang dipindahkan dalam angka dan huruf .
- e. Nama pihak penerima.
- f. Tanda tangan penarik atau cap perusahaan jika si penarik merupakan perusahaan.
- g. Tanggal dan tempat penarikan.
- h. Nama bank yang menerima pemindahbukuan tersebut.

Menurut Kasmir (2014:76-82) Masa berlaku dan tanggal berlaku *Bilyet Giro* juga diatur sesuai persyaratan yang telah ditentukan seperti:

- a. Masa berlakunya adalah 70 hari terhitung dari tanggal penarikannya.
- b. Bila tanggal efektif tidak dicantumkan, maka tanggal penarikan berlaku pula sebagai tanggal efektif.
- c. Bila tanggal penarikan tidak dicantumkan, maka tanggal efektif dianggap sebagai tanggal penarikan dan persyaratan lainnya.

Sarana atau alat pembayaran lainnya yang juga digunakan untuk menarik uang, dari rekening giro dalah surat perintah kepada bank yang dibuat secara tertulis pada kertas yang ditandatangani oleh pemegang rekening atau kuasanya untuk membayar sejumlah

uang tertentu kepada pihak lain pada bank yang sama atau bank lain. Surat perintah ini dapat bersifat tunai atau pemindahbukuan. Surat perintah pembayaran lainnya juga dapat berbentuk surat kuasa di mana yang memiliki rekening memberi kuasa kepada seseorang untuk melakukan penarikan atas rekeningnya. Surat kuasa ini haruslah memenuhi beberapa persyaratan, seperti tanda tangan kedua belah pihak, si pemberi kuasa dan si penerima kuasa, bukti diri dan materai. Pemberian kuasa ini di sebabkan si pemberi kuasa berhalangan karena sesuatu hal.

Dalam perbankan syariah dikenal adanya produk berupa giro wadiah dan giro *mudharabah*. Walau demikian dalam praktiknya giro wadiahlah yang paling sering digunakan, mengingat motivasi utama nasabah memilih produk giro adalah untuk kemudahan dalam lalu lintas pembayaran, bukan untuk mendapat keuntungan. Di samping itu juga apabila prinsip *mudharabah* yang dipakai, maka penarikan sewaktu-waktu akan sulit dilaksanakan mengingat sifat dari akad *mudharabah* yang memerlukan jangka waktu untuk menentukan untung atau rugi. Sehingga hanya produk berupa giro wadiah yang dikenal dalam sistem perbankan syariah.

Menurut Ansori, (2010:23) Giro wadiah adalah bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, *bilyet giro*, sarana perintah lainnya atau dengan cara pemindahbukuan yang didasarkan pada prinsip titipan, oleh karena itu nasabah tidak mendapat keuntungan berupa bagi hasil melainkan bonus yang nilainya tidak boleh diperjanjikan diawal

akad. Giro wadiah adalah penempatan dana dalam bentuk giro tanpa mendapatkan imbalan, namun bank boleh memberi dalam bentuk bonus tanpa diperjanjikan dengan nasabah dengan prinsip wadiah.

Giro wadiah sebagai salah satu produk perbankan dibidang penghimpunan dana mengacu pada ketentuan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Untuk saat ini diundangkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, maka dasar hukum yang mendasari giro wadiah adalah Undang- Undang yang dimaksud.

Giro wadiah sebagai produk penghimpunan dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan. PBI No. 10/16/PBI/2008. Pasal 23 PBI dimaksud menyebutkan antara lain bahwa pemenuhan Prinsip Syariah dilakukan melalui kegiatan penghimpunan dana dengan mempergunakan antara lain akad wadiah dan *mudharabah* (Bahsan, 2015:12).

Menurut Mauludi (2015:11) mengemukakan bahwa : “Giro wadiah adalah titipan simpanan yang dapat diambil kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, pemindahbukuan atau alas perintah pembayaran lain. Dewan Syariah Nasional menetapkan ketentuan bahwa giro wadiah tidak ada imbalan yang disyaratkan,

kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat suka rela dari pihak bank.” Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2018:84) mengemukakan bahwa : “Giro wadiah adalah penempatan dana dalam bentuk giro tanpa mendapatkan imbalan, namun bank boleh memberi dalam bentuk bonus tanpa diperjanjikan dengan nasabah.”

2.1.2 Pesyaratan dan Ketentuan Pembukuan Rekening Giro

Januari (2015:2) Dalam lembaga syariah pembuatan rekening baru untuk giro wadiah mempunyai persyaratan dan ketentuan secara umum yakni: cakap bertindak menurut hukum, tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia, mengisi dan menandatangani aplikasi pembukaan rekening, menyerahkan foto copi identitas yang terdiri dari surat izin dari instansi berwenang, akte pendirian perusahaan dan anggaran dasar beserta perubahannya, daftar susunan pengurus, surat keputusan, nomor pokok wajib pajak, menyerahkan pas foto, menandatangani kartu contoh tanda tangan (KCT) dan melakukan setoran awal sesuai ketentuan bank.

Tabungan wadiah yang menggunakan prinsip wadiah yad dhamanah memungkinkan bank dalam mengelola dana. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Bank menjamin pembayaran kembali simpanan nasabah. Semua keuntungan atas pemanfaatan dana menjadi milik bank. Atas keinginan bank, maka bank dapat

memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank.

Menurut Dahlan (2012:139), praktik giro dengan akad wadiah dapat dijelaskan dengan urutan transaksi:

1. Rekening dapat dimiliki oleh perorangan, bersama (dua orang atau lebih), organisasi, perusahaan serta kemitraan.
2. Jumlah setoran awal dan saldo minimal setiap bulan disesuaikan dengan kebijakan bank.
3. Nasabah harus mendapatkan referensi nasabah lain atau pejabat bank, serta tidak terdaftar dalam daftar hitam Bank Indonesia. Syarat ini tidak terdapat dalam tabungan wadiah.
4. Dana giro dapat diambil sesuai dengan permintaan nasabah tanpa batasan waktu (*on call*) dengan menyerahkan cheque atau instruksi tertulis lainnya.
5. Nasabah dapat mengoperasikan rekening dengan cek. Salinan rekening (*statement of account*) atau rincian transaksi per bulan akan dikirimkan setiap 6 bulan atau periode tertentu.
6. Dalam giro dapat berupa cheque istimewa, instruksi siaga (*standing instruction*), serta transfer dana otomatis.

2.1.3 Fitur dan Mekanisme Giro Atas Dasar Akad Wadiah

Adapun fitur dan mekanisme giro atas dasar akad wadiah antara lain:

1. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.
2. Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan

atau bonus kepada nasabah.

3. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelola rekening antara lain biaya cek/*bilyet giro*, biaya materai, cetak laporan transaksi, dan saldo rekening, pembukuan dan penutupan rekening.
4. Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.
5. Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah

Amin (2015:23-33) Giro Wadiah merupakan produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*Current Account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro wadiah ini mirip dengan giro pada bank konvensional. Ketika nasabah diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek/*bilyet giro*, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah lainnya dengan cara pemindah bukuan tanpa biaya.

Dalam aplikasinya ada giro wadiah yang memberikan bonus dan ada giro wadiah yang tidak memberikan bonus. Pada kasus pertama giro wadiah memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan (laba), sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah deposan. Kasus kedua, giro wadiah tidak memberikan bonus karena bank hanya menggunakan dana simpanan giro untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi

jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan riil. Bank tidak menggunakan dana ini untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro wadiah adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank yang dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan tidak untuk diusahakan.

Simpanan giro (*current account*) di bank syariah secara konsep wadiah *yad dhamanah* dan prinsip *qard*. Simpanan giro menggunakan prinsip wadiah *yad dhamanah* karena pada dasarnya giro dapat dianggap sebagai suatu kepercayaan dari nasabah kepada bank untuk menjaga dan mengamankan asset atau dananya. Dengan prinsip ini nasabah deposan tidak menerima imbalan atau bonus apapun termasuk untuk kegiatan produktif. Sebaliknya, bank boleh membebankan biaya administrasi penitipan.

Selain itu, simpanan giro juga dapat menggunakan prinsip *qard* ketika bank dianggap sebagai penerima pinjaman tanpa bunga dari nasabah deposan. Bank dapat memanfaatkan dana pinjaman dari nasabah deposan untuk tujuan apa saja. Termasuk untuk kegiatan produktif mencari keuntungan. Sementara itu, nasabah deposan akan dijamin memperoleh kembali dananya secara penuh, sewaktu-waktu nasabah ingin menarik dananya. Bank juga boleh memberikan bonus kepada nasabah deposan, selama hal ini tidak disyaratkan di awal perjanjian.

Giro Wadiah merupakan produk pendanaan bank syaria“ah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*Current*

Account) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro wadi'ah ini mirip dengan giro pada bank konvensional. Ketika nasabah diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek/bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan sarana perintah lainnya dengan cara pemindah bukuan tanpa biaya.

Dalam aplikasinya ada giro wadi'ah yang memberikan bonus dan ada giro wadi'ah yang tidak memberikan bonus. Pada kasus pertama giro wadi'ah memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan (laba), sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah deposan. Kasus kedua, giro wadi'ah tidak memberikan bonus karena bank hanya menggunakan dana simpanan giro untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan riil. Bank tidak menggunakan dana ini untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro wadi'ah adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank yang dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan tidak untuk diusahakan.

2.2 Beban Bonus Wadiah

Definisi beban mencakup baik kerugian maupun beban yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa.

Beban yang timbul dalam pelaksanaan aktiva perusahaan yang biasa meliputi, misalnya, beban pokok penjualan, gaji dan penyusutan. Beban tersebut biasanya berbentuk arus keluar atau berkurangnya aset seperti kas, persediaan dan aset tetap. Kasmir (2014:56) Beban bonus wadiah adalah balas jasa yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah pemegang rekening tabungan wadiah, bank syariah memberikan balas jasa berupa bonus.

Kerugian mencerminkan pos lain yang memenuhi definisi beban yang mungkin timbul atau mungkin tidak timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa. Kerugian tersebut mencerminkan berkurangnya manfaat ekonomi, dan pada hakikatnya tidak berbeda dari beban lain. Oleh karena itu, kerugian tidak dipandang sebagai unsur terpisah dalam kerangka dasar ini. Definisi beban juga mencakup kerugian yang belum direalisasi, misalnya kerugian yang timbul dari pengaruh kenaikan kurs.

Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aset atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal. Definisi beban mencakup kerugian dan beban yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas yang biasa. Beban ini misalnya beban pokok penjualan, gaji dan penyusutan. Beban tersebut biasanya berbentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva seperti kas (dan setara kas), persediaan dan aktiva tetap.

Beban Bonus wadiah adalah beban yang dikenakan atas bonus yang diberikan bank kepada nasabah simpanan wadiah sebagai return atau insentif berupa uang kepada nasabah tabungan wadiah, sebagai bentuk balas jasa telah menitipkan dananya di bank tersebut. Pembagian bonus tidak diperjanjikan di awal, maka sepenuhnya hal ini menjadi kebijakan pihak bank. Sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah pemegang rekening tabungan wadiah, bank syariah memberikan balas jasa berupa bonus. Penentuan besarnya bonus tabungan wadiah dan cara perhitungannya tergantung masing-masing bank Syariah.

2.3 Biaya Pemasaran

2.3.1 Pengertian Biaya Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Pemasaran menurut Khotler (2012:87) adalah sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui

penciptaan dan pertukaran produk- produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya. Sedangkan menurut Oentere (2012:23) yang mendefinisikan bahwa pemasaran adalah sesuatu yang melibatkan seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Pengertian biaya pemasaran diungkapkan oleh Mulyadi (2014:28) yaitu sebagai berikut : “Biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai”. Sedangkan menurut Suwardjono (2011:23) biaya pemasaran adalah sebagai berikut: “Biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya dalam rangka menyelenggarakan kegiatan pemasaran”. Dalam mendefinisikan biaya pemasaran, cenderung mendefinisikan dalam arti yang luas, karena biaya pemasaran dalam arti sempit hanya terbatas pada kegiatan penyampaian barang kepada pembeli. Sedangkan dalam arti luas biaya pemasaran tidak hanya mencakup biaya penjualan saja tetapi mencakup biaya administrasi dan biaya manajemen keuangan (seperti biaya penghapusan piutang dan potongan penjualan).

Biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga. Barang atau jasa yang dimaksud dapat dalam rangka untuk dijual kembali atau dalam rangka untuk menjual barang atau jasa yang diperdagangkan, baik yang berkaitan

dengan maupun diluar pokok perusahaan. Dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan. Dalam hal ini biaya adalah uang tunai atau kas atau ekuivalen kas (harta non-kas yang dapat ditukar untuk barang atau jasa yang diinginkan) yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan laba baik untuk masa kini atau masa yang akan datang.

Pengertian biaya dan beban tidak terpisah. Disini biaya dapat mengandung pengertian beban, demikian juga sebaliknya. Pengertian biaya dan harga pokok produksi perlu dipahami terlebih dahulu sebelum membuat laporan laba rugi dengan baik. Biaya dapat digolongkan dan dihitung bergantung pada tujuannya. Akan tetapi, pada dasarnya perhitungan biaya mempunyai empat tujuan pokok, yaitu untuk menilai persediaan, menghitung laba, serta untuk perencanaan dan pengendalian. Biaya dapat digolongkan dalam berbagai kelompok, bergantung pada kebutuhan, yaitu biaya langsung dan biaya tak langsung, biaya tunai dan biaya tak tunai, biaya tetap, biaya variabel dan semi variabel.

Biaya pemasaran yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan kegiatan atau volume pemasaran. Semakin besar volume atau kegiatan pemasaran semakin besar jumlah biaya pemasaran variabel, demikian pula sebaliknya apabila volumenya rendah. Penggolongan biaya pemasaran dihubungkan dengan dapat terkendalikan atau tidaknya suatu biaya. Dalam hal ini biaya dikelompokkan: 1) Biaya pemasaran terkendalkan Biaya

pemasaran yang secara langsung dapat dikendalikan atau dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu, berdasar wewenang yang dia miliki. 2) Biaya pemasaran tidak terkendalikan Biaya pemasaran yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu berdasar wewenang yang dia miliki, atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan dalam jangka waktu tertentu (Supriyono, 2009).

Menurut Mulyadi dalam bukunya Akuntansi Biaya (2014), biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran digolongkan sebagai berikut:

1. Fungsi penjualan Terdiri dari kegiatan untuk memenuhi pesanan yang diterima dari pelanggan. Biaya fungsi penjualan terdiri dari: gaji karyawan fungsi penjualan, biaya depresiasi kantor, biaya sewa kantor, dll.
2. Fungsi advertensi Fungsi advertensi terdiri dari kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan untuk mendapatkan pesanan melalui kegiatan advertensi dan promosi. Biaya fungsi advertensi terdiri: gaji karyawan fungsi advertensi, biaya iklan, biaya pameran, biaya promosi, biaya contoh (sampel).
3. Fungsi pergudangan Fungsi pergudangan terdiri dari kegiatan penyimpanan produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya fungsi pergudangan terdiri: gaji karyawan gudang, biaya depresiasi gudang, dan biaya sewa gudang.
4. Fungsi pembungkusan dan pengiriman Fungsi pembungkusan

dan pengiriman terdiri dari kegiatan pembungkusan produk dan pengiriman produk kepada pembeli. Fungsi pembungkusan dan pengiriman terdiri: gaji karyawan pembungkusan dan pengiriman, biaya bahan pembungkus, biaya pengiriman, biaya depresiasi kendaraan, biaya operasi kendaraan.

5. Fungsi kredit dan penagihan Fungsi kredit terdiri dari kegiatan pemantauan kemampuan keuangan pelanggan dan penagihan piutang dari pelanggan. Biaya fungsi kredit dan penagihan terdiri: gaji karyawan bagian penagihan, kerugian penghapusan piutang, potongan tunai.

6. Fungsi akuntansi pemasaran Fungsi akuntansi pemasaran terdiri dari kegiatan pembuatan faktur dan penyelenggaraan catatan akuntansi penjualan. Biaya fungsi pemasaran terdiri dari: gaji karyawan fungsi akuntansi pemasaran dan biaya kantor.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan proses dimana individu maupun kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang

sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu sistem untuk menghasilkan laba.

2.3.2 Tujuan Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat falsafah dalam pemasaran yang disebut sebagai konsep pemasaran. Menurut (Kotler, 2012:45) konsep pemasaran sebagai berikut: “Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”. Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

Di dunia perbankan beberapa tujuan, mulai dari jangka pendek hingga jangka panjang. Secara pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk atau jasa yang memiliki beberapa tujuan dari tujuan jangka pendek hingga tujuan jangka panjangnya.

Secara umum menurut (Warren, 2005) tujuan dari pemasaran bank adalah untuk:

- a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

2.3.3 Karakteristik Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi. Menurut (Kotler, 2012:51) Karakteristik biaya pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Banyak ragam kegiatan pemasaran ditempuh oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, sehingga perusahaan yang

sejenis produknya belum tentu menempuh cara pemasaran yang sama.

- b. Kegiatan pemasaran sering mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan perubahan kondisi pasar.
- c. Kegiatan pemasaran berhadapan dengan konsumen yang merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Manajemen dapat mengendalikan biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jam kerja dan jumlah mesin yang digunakan tetapi tidak seorangpun dapat mengatakan apa yang akan dilakukan oleh konsumen.
- d. Dalam biaya pemasaran terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama (*joint cost*) yang lebih sulit pemecahannya bila dibandingkan dengan yang terdapat dalam biaya produksi.”

Berdasarkan pendapat di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat beberapa karakteristik yang harus dapat diketahui dalam melaksanakan pemasaran yaitu mulai dari kegiatan pemasaran, kondisi pasar, perilaku konsumen dan biaya pemasaran.

2.4 Laba

2.4.1 Pengertian Laba

Setiap perusahaan baik bank maupun non bank pada suatu waktu (periode tertentu) akan melaporkan semua kegiatan keuangannya. Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau

dalam suatu periode tertentu. Laporan keuangan dipersiapkan atau dibuat oleh pihak manajemen untuk memberikan gambaran atau progress report secara periodik. Karena itu laporan keuangan memiliki sifat historis dan menyeluruh (Kasmir, 2014:7). Keuntungan dengan membaca laporan ini, pihak manajemen dapat memperbaiki kelemahan yang ada serta mempertahankan kekuatan yang dimilikinya. Laporan keuangan juga memberikan informasi tentang hasil-hasil usaha yang diperoleh bank dalam suatu periode tertentu dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh hasil tersebut, informasi ini akan termuat dalam laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan laporan yang mengukur kesuksesan operasi perusahaan untuk suatu periode tertentu. Masyarakat dunia usaha dan investasi menggunakan laporan ini untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba (*profitability*), nilai investasi dan kelayakan kredit atau kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajibannya. Laporan laba rugi sangat penting karena laporan tersebut menyediakan kebutuhan kepentingan bagi investor dan kreditur mengenai informasi yang membantu mereka memprakirakan jumlah, waktu dan ketidakpastian atas arus kas pada masa mendatang (Kasmir, 2014:34).

Dalam teori ekonomi juga dikenal adanya istilah laba, akan tetapi pengertian laba di dalam teori ekonomi berbeda dengan pengertian laba menurut akuntansi. Dalam teori ekonomi, para ekonom mengartikan laba sebagai suatu kenaikan dalam kekayaan

perusahaan atau seorang investor. Sebagai hasil penanaman modalnya setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sedangkan dalam akuntansi, laba adalah perbedaan pendapatan yang direalisasi dari transaksi yang terjadi pada waktu dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tertentu atau selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Perbedaan antara keduanya adalah dalam hal yang pendefinisian biaya.

Menurut Suwardjono (2011:464) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang terdapat kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa). Definisi lain atas pengertian laba dikemukakan oleh Harahap (2005:263) laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

Rahman (2014:67) menyebutkan bahwa laba memiliki beberapa karakteristik antara lain sebagai berikut:

- a. laba didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi,
- b. laba didasarkan pada postulat periodisasi, artinya merupakan prestasi perusahaan pada periode tertentu,
- c. laba didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang definisi, pengukuran dan pengakuan pendapatan,
- d. laba memerlukan pengukuran tentang biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan tertentu, dan
- e. laba didasarkan pada prinsip penandingan (matching) antara pendapatan dan biaya yang relevan dan berkaitan dengan pendapatan tersebut.

2.4.2 Jenis-Jenis Laba

Laba adalah salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Laba terdiri atas beberapa jenis yaitu :

1. Laba kotor.
Laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan
2. Laba Operasional.
Laba Operasional merupakan hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali.
3. Laba sebelum dikurangi pajak atau EBIT (*Earning Before Tax*).

Laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasi ditambah hasil dan biaya diluar operasi biasa.

4. Laba Setelah Pajak Atau Laba Bersih.

Laba Bersih adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak. Laba dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan.

2.4.3 Pengertian Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba adalah perubahan persentase kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan laba yang baik, mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Rahman, 2014:70) karena besarnya dividen yang akan dibayar di masa akan datang sangat bergantung pada kondisi perusahaan. Perbandingan yang tepat atas pendapatan dan biaya dapat dilihat dalam laporan laba rugi perusahaan. Penyajian laba melalui laporan tersebut merupakan suatu penggambaran kinerja perusahaan yang penting. Kinerja perusahaan merupakan hasil dari sekumpulan proses perusahaan dengan mengorbankan berbagai sumber daya. Adapun salah satu parameter untuk menilai kinerja perusahaan tersebut adalah dengan menilai pertumbuhan laba.

Salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Adanya pertumbuhan laba dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa pihak-pihak manajemen telah berhasil dalam mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Suatu perusahaan pada tahun tertentu bisa saja mengalami pertumbuhan laba yang cukup pesat

dibandingkan dengan rata-rata perusahaan. Akan tetapi untuk tahun berikutnya perusahaan tersebut bisa saja mengalami penurunan laba. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangkan laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya (Rahman, 2014:75). Pertumbuhan Laba merupakan Kenaikan Laba atau Penurunan Laba Per Tahun. Kategori pertumbuhan laba yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laba Bersih, alasannya untuk memperoleh kondisi laba yang sebenarnya yang sudah dikurangi pengaruh bunga sebagai konsekuensi pembayaran hutang dan pajak yang harus dibayar.

2.4.4 Perhitungan Laba

Laba bersih merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak. Pengertian laba yang dianut oleh organisasi akuntansi saat ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih positif antara pendapatan dan biaya. Laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning*. Laba bersih adalah laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset, dan pengembangan. Laba bersih disajikan dalam laporan rugilaba dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya. Menurut Oentere, Deliyanti (2012) laba bersih adalah laba operasi bersih dikurangi (ditambah) beban (pendapatan) di luar operasi, dan dikurangi dengan pajak penghasilan badan untuk periode tertentu. Laba dari segi pragmatik memiliki dua fungsi, yaitu (a) sebagai alat

prediksi maksudnya angka laba dapat memberikan informasi sebagai alat untuk menaksir dan menduga aliran kas untuk pembagian deviden dan sebagai alat untuk menaksir kemampuan perusahaan dalam menaksir earning power dan nilai perusahaan di masa.

Laporan laba rugi adalah sebuah laporan yang menyajikan hasil operasi perusahaan yang dituangkan dalam nilai pendapatan dan beban. Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kemampuan perusahaan atau entitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan selama suatu periode tertentu. Dalam laporan laba rugi terdapat unsur akun nominal, yakni akun pendapatan dan akun beban. Dengan laporan laba rugi dapat diketahui sejauh mana perkembangan perusahaan, apakah mengalami kebangkrutan dalam artian mengalami kerugian.

Laporan laba rugi juga dapat disajikan dalam bentuk *single step* (satu langkah). Laporan ini hanya menghasilkan satu informasi laba bersih yang berasal dari hasil pengurangan semua pendapatan dan semua biaya melalui satu kali pengurangan dalam laporan laba rugi seperti ini pendapatan utama dan pendapatan lain-lain dijumlahkan sekaligus dalam satu kelompok. Demikian juga biaya disajikan dalam satu kali penjumlahan untuk kelompok biaya operasional dan biaya yang tidak berasal dari kegiatan utama perusahaan atas non operasi.

2.4.5 Unsur-Unsur Laba

Unsur yang berkaitan langsung dengan pengukuran laba di dalam bank syariah adalah:

a. Penghasilan Penghasilan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukkan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

b. Beban

Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aset atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian pada penanaman modal.

c. Hak pihak ketiga atas bagi hasil

Hak pihak ketiga atas bagi hasil merupakan alokasi keuntungan dalam kerugian kepada pemilik dana atas investasi yang dilakukan bersama entitas syariah. Oleh karena itu, hak pihak ketiga atas bagi hasil tidak bisa dikelompokkan sebagai beban (ketika laba) atau pendapatan (ketika rugi)

d. Zakat

Zakat adalah besarnya zakat yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk periode akuntansi perhitungan zakat. Pembahasan tentang zakat entitas syariah sangat terbatas. Aspek zakat hanya muncul pada bahasan tentang laporan dana zakat yang dikelola oleh entitas syariah sebagai amil zakat. Dalam literatur akuntansi

syariah, kepatuhan entitas syariah dalam menghitung dan membayar zakat merupakan salah satu kepatuhan entitas tersebut kepada syariah Islam. Konsisten dengan konsep akrual dalam laporan laba rugi, semestinya zakat juga diakui dengan menggunakan dasar akrual dan bukan dasar kas seperti yang pernah dipraktikkan oleh industri perbankan syariah.

2.4.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Menurut Noviya, Angga. (2007) menyebutkan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1. Besarnya perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan, maka ketepatan pertumbuhan laba yang diharapkan semakin tinggi.

2. Umur perusahaan

Perusahaan yang baru berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga ketepatannya masih rendah.

3. Tingkat leverage

Bila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi, maka manajer cenderung memanipulasi laba sehingga dapat mengurangi ketepatan pertumbuhan laba.

4. Tingkat penjualan

Tingkat penjualan di masa lalu yang tinggi, akan membuat semakin tinggi tingkat penjualan di masa yang akan datang sehingga pertumbuhan laba semakin tinggi.

5. Perubahan laba masa lalu

Semakin besar perubahan laba masa lalu, semakin tidak pasti laba yang diperoleh di masa mendatang.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba, disebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba adalah besarnya perusahaan. Salah satu indikator untuk melihat besarnya perusahaan dapat dilihat dari tenaga kerja yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan memiliki banyak tenaga kerja, hal tersebut bisa membantu perusahaan dalam menjalankan perusahaannya guna mencapai tujuan yang diharapkan.

2.4.7 Manfaat Laba

Laba merupakan suatu informasi potensial yang terkandung di dalam laporan keuangan dan sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Informasi laba merupakan komponen laporan keuangan perusahaan mengestimasi kemampuan laba representatif dalam jangka panjang, dan menaksir risiko investasi ataupun meminjam dana. Oleh karena itu, laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi atau sebagai dasar ukuran menjadi informasi yang dilihat banyak profesi seperti akuntan, pengusaha, analisis keuangan, pemegang saham, ekonom, fiskus, dan sebagainya. Hal ini lah yang menyebabkan adanya berbagai definisi untuk laba.

Salah satu ukuran keberhasilan suatu perusahaan adalah dengan melihat kondisi keuangannya. Kondisi keuangan atau

finansial ini dapat dilacak apabila perusahaan memiliki laporan keuangan yang baik dan benar. Adapun laporan keuangan terdiri dari beberapa laporan, yaitu laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan. Laporan laba rugi merupakan salah satu laporan keuangan yang akan menampilkan informasi pergerakan usaha, sehingga dapat diketahui jumlah total pendapatan dan pengeluaran baik harga pokok penjualan. Salah satu ukuran keberhasilan suatu perusahaan adalah dengan melihat kondisi keuangannya. Kondisi keuangan atau finansial ini dapat dilacak apabila perusahaan memiliki laporan keuangan yang baik dan benar. Adapun laporan keuangan terdiri dari beberapa laporan, yaitu laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan. Laporan laba rugi merupakan salah satu laporan keuangan yang akan menampilkan informasi pergerakan usaha, sehingga dapat diketahui jumlah total pendapatan dan pengeluaran baik harga pokok penjualan.

2.5 Perbankan Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bisa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan

pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam. Untuk menghindari pengoprasian bank dengan sistem bunga, Islam mengenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya Bank Syariah. Bank Syariah lahir di Indonesia yang terkenal pada sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, yang di revisi dengan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroprasinya dengan sistem bagi hasil atau bank syariah.

Menurut Sadiq (2011:69), bank Islam bukan hanya sebagai tipe yang berbeda dengan bank konvensional tapi keberadaannya sebagai revolusi sebagaimana John Maynard Keynes. Bank Islam tidak sekedar *financial intermediary*, tetapi merevolusi dengan partisipasi nyata dalam bisnis dan mobilisasi dalam pendanaan. Revolusi pendanaan dapat dibuktikan dengan prinsip *sharing profit and losses* yang berbeda dengan konvensional yang berbasis bunga. Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah

Perwataatmadja, Rahardji, Saefuddin, Azis, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni koperasi Ridho Gusti.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang sama serta pernah diteliti sebelumnya yang menjadi bahan acuan dalam penyusunan proposal ini, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Lestari, 2012 Efektivitas pengaruh besarnya biaya promosi dalam penghimpunan dana pihak laba di PT. Bank Syariah Mega Indonesia, Tbk.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dependen yaitu biaya promosi dan independen dana pihak ketiga.	hasil penelitian yaitu adanya hubungan yang positif dan kuat antara besaran biaya promosi dengan jumlah dana pihak ketiga, sehingga hipotesis dalam penelitian tersebut dapat diterima dan terbukti. Hal ini dapat dilihat dengan uji regresi dan korelasi. Yang mana nilai profitabilitas variabel X (besarnya biaya promosi) terhadap variabel (jumlah laba) sebesar	Sama – sama berhipotesis adanya hubungan x dan y	- Variabel x promosi - Variabel y jumlah laba

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			2,2%. Angka ini lebih kecil dari taraf signifikan 5% (0,05) Diketahui bahwa biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga. Korelasi yang didapat yaitu sebesar 0,583 termasuk kedalam korelasi sempurna positif dan merupakan korelasi yang kuat antara variabel besaran biaya promosi dengan variabel jumlah dana pihak ketiga.		
2	Zulyanto Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Hanjala Mandala, Tb pada tahun 2011.	Dengan menggunakan variabel dependen biaya promosi dan independen laba bersih.	Dengan melakukan penelitian dengan hasil besarnya koefisien korelasi sederhananya yaitu $r = 0,826$ berarti r mendekati 1 yaitu korelasi antara kedua variabel tersebut positif dan kuat dan jelas sekali biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT Hanjala Mandala, Tbk berpengaruh terhadap laba	Sama – sama berhipotesis adanya hubungan x dan y	X biaya promosi Y laba bersih

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			bersih artinya setiap kenaikan biaya promosi akan menaikkan tingkat hasil laba bersihnya. Sedangkan hasil r^2 adalah sebesar 68.2%. Sehingga dapat dikatakan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh terhadap hasil laba bersih sebesar 68.2% sedangkan sisanya dari variabel lain sedangkan sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.		
3	Handono, 2010 Pengaruh dana pihak ketiga (giro wadi'ah) terhadap laba dan resiko bank syariah di Indonesia	Dengan variabel dependen laba dan resiko bank dan independen dana pihak ketiga (giro wadi'ah)	dibuktikan dengan penelitian dengan hasil yang menunjukkan bahwa untuk variabel dependen laba, secara simultan giro wadi'ah, deposito mudharabah dan tabungan mudharabah tidak mempunyai pengaruh signifikan	Sama – sama berhipotesis adanya hubungan x dan y	Variabel x laba Variabel y giro wadi'ah, sedangkan penelitian peneliti adalah sebaliknya

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			terhadap laba, dan secara parsial giro wadi'ah, deposito mudharabah dan tabungan mudharabah juga tidak memiliki pengaruh signifikan. Hasil analisis juga menunjukkan nilai R square sebesar 0,103 yang berarti hanya 10,3% dari variable dependen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen sedangkan sisanya 89,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam model penelitian.		
4	Penelitian dilakukan oleh Angga dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Operasional.	Dengan menggunakan variabel dependen laba dan independen biaya pemasaran.	Hal ini dibuktikan berdasarkan program SPSS ver 17.0 yang terdapat dalam tabel coefficients pada lampiran 1, diperoleh nilai thitung sebesar 17.586 kemudian thitung ini dibandingkan dengan ttabel pada degree of	- Sama – sama berhipotesis adanya hubungan x dan y - independen (y) sama yaitu biaya pemasaran	Variabel x laba dan variabel y biaya pemasaran

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			freedom (df) $n-2 = 8$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh nilai ttabel sebesar 2,306. Ternyata thitung lebih besar dari ttabel ($17,686 > 2,306$) atau dengan melihat tingkat signifikan pada kolom sig. diperoleh 0.000, nilai tersebut kurang dari nilai (0,05). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak atau H_a (hipotesis alternatif) diterima.		

2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Menurut As'ari (2019), Rachman dan Anggraeni (2019), dan Anggraini (2016) giro wadi'ah berpengaruh terhadap margin keuntungan BRI Syariah, laba Bank Mega Syariah, dan Laba bersih PT BPRS Al-Ihsan. Hal ini disebabkan apabila tabungan giro wadi'ah mengalami kenaikan maka dana yang tersalurkan akan lebih banyak dan bank akan memperoleh laba yang lebih tinggi. Menurut penelitian Lutfiyah Putri Nirwana, dan Dina Fitriasia Septiarini (2015), tabungan wadi'ah berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perbankan syariah. Menurut Muhammad

Zulfikar (2018), tabungan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Serta menurut Binti Machmudah (2017), tabungan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tabungan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi (2019) dengan hasil yang menunjukkan bahwa simpanan giro wadiah yad dhamanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba operasional. Apabila simpanan giro wadiah yad dhamanah naik, maka laba operasional juga ikut naik dan sebaliknya jika simpanan giro wadiah yad dhamanah turun, maka laba operasional pun ikut turun.

Muhammad (2015) yang menemukan bahwa laba bank syariah terutama diperoleh dari selisih antara pendapatan atas penanaman dan penyaluran dana serta biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Beban penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aset atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah (2018) dengan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa beban bonus wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dan periodisasi penelitian.

Nurdhianti (2019) pembiayaan mudharabah meningkat maka pendapatan PT Bank Syariah Mandiri juga akan meningkat dan apabila pendapatan pembiayaan mudharabah menurun, maka pendapatan PT Bank Syariah Mandiri juga akan menurun. Secara bersama-sama, giro wadi'ah, tabungan wadi'ah dan pembiayaan mudharabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan PT Bank Syariah Mandiri.

Aline Putri Noor Aziza (2018) melakukan penelitian tentang pendapatan margin murabahah dan biaya personalia terhadap laba operasional PT. BRI Syariah Periode 2014-2016, metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian untuk setiap variabel menghasilkan hubungan yang searah atau positif, nilai untuk pendapatan margin murabahah sebesar 0,115 dan koefisiensinya sedang, nilai biaya personalia sebesar 0,359 dan koefisiensinya kuat. Pengujian hipotesis menunjukkan hasil nilai t hitung $>$ t tabel ($2,262 > 2,228$), maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya pendapatan margin murabahah berpengaruh positif signifikan terhadap laba operasional. Kemudian hasil nilai t hitung $>$ t tabel ($2,883 > 2,228$) biaya personalia, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya biaya personalia berpengaruh positif signifikan terhadap laba operasional.

Referensi penelitian selanjutnya dengan melihat pengaruh tabungan wadiah, giro wadiah, dan beban bonus wadiah terhadap laba bank syariah mandiri” (Kristinawati: 2018). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan

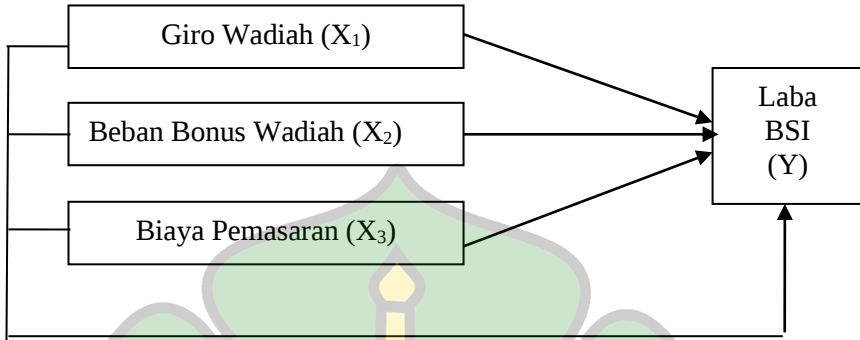
jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumenter dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi.

Penelitian Muhammad (2015) yang menyatakan bahwa laba bank syariah terutama diperoleh dari selisih antara pendapatan atas penanaman dan penyaluran dana serta biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Kemudian penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Nirwana (2017). Berdasarkan analisis data, hasil uji F menunjukkan bahwa giro wadiah, tabungan wadiah, tabungan mudharabah dan deposito mudharabah berpengaruh terhadap laba perbankan syariah secara silmultan signifikan.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu di atas mengenai hubungan antara variabel dependen laba pada Bank Syari'ah Indonesia dengan variabel independen (giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah, biaya pemasaran) di atas, maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran berikut:

Gambar 3.1

Skema Kerangka Pemikiran Parsial dan Simultan



2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara tentang hubungan yang diharapkan antara dua variabel atau lebih. Dengan kata lain, hipotesis merupakan prediksi terhadap hasil penelitian yang diusulkan. Narbuko (2007:61) menyatakan bahwa hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih dibuktikan kenyataannya.

Untuk hipotesis statistik sebagai acuan dalam penelitian ini yang berdasarkan rumusan permasalahan adalah sebagai berikut :

2.8.1 Pengaruh giro wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh. Terdapat 2 hipotesis yaitu :

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel giro wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel giro

wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

2.8.2 Pengaruh beban bonus wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh. Terdapat 2 hipotesis yaitu :

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel beban bonus wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel beban bonus wadi'ah terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

2.8.3 Pengaruh biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh. Terdapat 2 hipotesis yaitu :

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

2.8.4 Pengaruh giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh. Terdapat 2 hipotesis yaitu :

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran

terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2011:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu berupa angka-angka yang terdapat pada laporan triwulan Bank Umum Syariah cabang Banda Aceh periode 2013-2020, yang dipublikasikan melalui website bank tersebut.

Penelitian ini dibuat untuk melihat hubungan kausal (sebab akibat) antar variabel penelitian, yaitu variabel independen X_1 (giro wadiah), X_2 (beban bonus wadiah), X_3 (biaya pemasaran) terhadap variabel dependen Y (laba). Data yang didapat dianalisis menggunakan SPSS versi 20.

3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

3.2.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan Bank Syariah

Indonesia Cabang Banda Aceh, yang dipublikasikan di masing-masing *website* resmi yaitu www.BSI.com pada periode 2013-2020.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Sumber data itu sendiri dapat berupa benda mati, benda bergerak ataupun tempat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yang bersifat sekunder. Dimana sumber data sekunder adalah data yang diperoleh yang dikumpulkan dari luar lembaga yang bersifat kuantitatif yang akan diteliti dan mempelajari dokumen-dokumen tentang objek dan subjek yang diteliti. Untuk memperoleh data-data peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini (Purwanto, 2011: 41). Sumber data untuk melakukan penelitian ini berupa laporan triwulan bank syariah Indonesia tahun 2013-2020.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Banda Aceh. Peneliti mengumpulkan data dari Bank Syariah Indonesia berupa laporan triwulan yang diperoleh dari laman *website* bank tersebut sejak tahun 2013 hingga 2020.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas:

obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:68). Apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau studi sensus. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dari 3 Bank Syariah Indonesia yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah tahun 2013 sampai 2020 yang berjumlah 288 data

Sampel adalah bagian dari populasi (*elemen*) yang memenuhi syarat untuk diteliti (Satori, Djam'an, 2019). Pengambilan sampel merupakan proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari sebuah populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Karena beberapa pertimbangan atau alasan karena keterbatasan waktu, tenaga dan juga dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh-jauh. Jadi sampel dalam penelitian ini meliputi data triwulan saja dari 3 Bank Syariah Indonesia selama 8 tahun (2013-2020) yang berjumlah 32 data.

Kriteria yang ditentukan untuk pengambilan data sebagai sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bank Syariah Indonesia yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah yang mengeluarkan laporan tahunan

selama 8 tahun yaitu dari tahun 2013 sampai tahun 2020 yang dipublikasikan di masing-masing *website* resmi.

- b. Bank Syariah yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* pada laporan tahunan periode 2013-2020.

Untuk mendapatkan data yang memadai, maka dari itu peneliti mengambil langkah menganalisis laporan keuangan per triwulan. Pengambilan sampel sebanyak 8 tahun tersebut sudah memenuhi data minimum untuk penelitian yaitu sejumlah 32 data sebagai berikut:

Tabel 3.1
Laporan Triwulan Bank Syariah Islam 2013-2020
(Dalam Jutaan Rupiah)

No	LAPORAN TRIWULAN	GIRO WADI'AH	BEBAN BONUS WADIAH	BIAYA PEMASARAN	LABA
1	Maret 2013	465.876	5.236	5.292	20.292
2	Juni 2013	578.873	6.223	6.748	20.788
3	September 2013	619.116	7.390	6.932	21.900
4	Desember 2013	738.831	7.667	7.955	22.568
5	Maret 2014	850.448	8.448	8.555	23.600
6	Juni 2014	887.285	8.818	9.526	24.659
7	September 2014	905.873	9.223	9.748	25.788
8	Desember 2014	949.116	10.390	10.132	25.900
9	Maret 2015	865.876	17.236	15.292	26.292
10	Juni 2015	1.178.873	18.223	82.748	26.788
11	September 2015	1.119.116	31.390	30.132	28.900
12	Desember 2015	938.831	25.667	138.955	30.568

13	Maret 2016	999.448	983.448	19.555	32.600
14	Juni 2016	1.487.285	13.418	69.926	34.659
15	September 2016	2.178.873	28.223	92.748	36.788
16	Desember 2016	3.119.116	21.390	70.132	28.900
17	Maret 2017	938.831	25.667	138.955	30.568
18	Juni 2017	999.448	800.448	19.555	32.600
19	September 2017	1.487.285	19.418	79.926	33.659
20	Desember 2017	2.178.873	20.223	82.748	33.788
21	Maret 2018	3.119.116	31.390	30.132	34.900
22	Juni 2018	938.831	25.667	138.955	35.568
23	September 2018	1.500.400	40.500	100.300	35.800
24	Desember 2018	2.355.180	59.415	65.256	36.551
25	Maret 2019	3.772.138	400.806	107.200	37.788
26	Juni 2019	2.500.400	40.500	130.300	36.800
27	September 2019	2.355.180	59.415	65.256	37.551
28	Desember 2019	1.094.260	31.817	111.109	38.958
29	Maret 2020	3.500.400	40.500	110.300	38.800
30	Juni 2020	2.355.180	59.415	65.256	35.551
31	September 2020	5.772.138	304.806	117.200	36.788
32	Desember 2020	6.770.222	408.600	217.200	38.888

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode sampel purposif (*purposive sampling*) yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti karena peneliti mempunyai pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu (Muhamad, 2018:180). Penggunaan metode sampel ini mempunyai suatu tujuan atau dilakukan dengan sengaja, cara penggunaan sampel ini diantara populasi sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya. Dalam penelitian

bertujuan untuk mengambil subjek bukan didasari atas strata, random tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Teknik ini dilakukan karena beberapa pertimbangan atau alasan karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik Observasi. Teknik Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Supardi, 2006:88). Observasi dilakukan menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti dan hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah. (Sugiyono, 2011:60).

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dalam pengumpulan data. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber yang ada, yaitu data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) secara tidak langsung yang telah dipublikasi dan bersumber dari laporan keuangan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang telah dikumpulkan oleh lembaga

pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data sekunder didapat dari Lembaga-lembaga terkait dengan tiga variabel (giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran) yaitu melalui website resmi yang diterbitkan oleh Bank Syariah Islam.

3.6 Operasionalisasi Variabel

3.6.1 Giro Wadi'ah

Menurut Ansori (2010:34), Giro *Wadi'ah* adalah bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya atau dengan cara pemindahbukuan yang didasarkan pada prinsip titipan, oleh karena itu nasabah tidak mendapat keuntungan berupa bagi hasil melainkan bonus yang nilainya tidak boleh diperjanjikan diawal akad. Giro wadi'ah merupakan suatu simpanan berupa uang yang dapat diambil kapan saja apabila si penitip menghendaki untuk mengambil uang tersebut, tetapi simpanan uang tersebut hanya bersifat titipan yang dapat dilihat dari laporan keuangan.

3.6.2 Beban Bonus Wadi'ah

Beban adalah sebagai arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut. Hadiah atau bonus merupakan akad yang berisi pemberian sesuatu oleh

seseorang atas hartanya kepada orang lain. Wadi'ah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip mengkehendaki. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa beban bonus wadi'ah adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau pengeluaran untuk memberikan suatu penghargaan atau suatu imbalan tanpa ada kesepakatan dari titipan seseorang yang dititipkan dan dijaga Kasmir (2014:56).

3.6.3 Biaya Pemasaran

Menurut Kotler (2011:60), Biaya Pemasaran hanya meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Dalam arti luas biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Biaya pemasaran biasanya mencakup biaya iklan ataupun periklanan yang mana biaya iklan adalah pengeluaran yang digunakan untuk iklan promosi suatu produk untuk mengenalkannya ke pada masyarakat atau konsumen.

3.6.4 Laba

Laba adalah selisih total pendapatan dikurangi biaya-biaya dari kegiatan usaha perusahaan yang diperoleh selama periode tertentu. Laba ini juga sering disebut dengan keuntungan (profit), penghasilan, dan *earning* (Rahman, 2011:464).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Jenis Variabel	Variabel	Indikator	Skala
Independen (bebas)	Giro Wadiah	Total Giro Wadiah	nominal
	Beban Bonus Wadiah	Total Beban Bonus Wadiah	nominal
	Biaya Pemasaran	Total Biaya Pemasaran	nominal
Dependen (terikat)	Laba	Total Laba	nominal

Sumber data diolah (2021)

3.7 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Normalitas

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah data normal atau mendekati normal (Sugiyono, 2011:78).

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak

berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas tidak terdapat dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan berdistribusi normal. Apabila hal tersebut tidak ditemukan maka asumsi klasik regresi telah terpenuhi, pengujian asumsi klasik ini terdiri dari:

a. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada modelmodel yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot model* tersebut.

Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola;
- (2) titiktitik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan
- (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

b. Uji multikolinearitas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan

bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, Nugroho menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas (Sujarweni, V. Wiratna. 2014). VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t .

Sugiyono (2011:90) mengemukakan bahwa beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinearitas yaitu: (1) membiarkan saja; (2) menghapus variabel yang berlebihan; (3) transformasi variabel multikolinearitas dan (4) menambah ukuran sampel.

Transformasi variabel adalah suatu yang menganalisis ulang model regresi yang sama, tetapi dengan variabel-variabel yang telah ditransformasikan, sehingga diharapkan gangguan multikolinearitas dapat teratasi.

c. Uji autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi di antara anggota observasi yang terletak berderetan, biasanya terjadi pada data time series. Panduan mengenai pengujian ini dapat dilihat dalam besaran nilai Durbin-Watson atau nilai D-W. Pedoman pengujiannya adalah:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.6.3 Uji Regresi

Analisis regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_5$) Dalam penelitian ini regresi berganda digunakan untuk mengetahui kelinieran pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Keterangan:

Y : Laba

a : Konstanta

X_1 : Giro *Wadi'ah*

X_2 : Beban bonus

X_3 : Biaya Pemasaran

e : error

3.7 Rancangan Hipotesis

3.7.1 Pengujian secara parsial atau individu

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masingmasing variabel independen mempengaruhi variabel

dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:
 - a) Jika signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
 - b) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka H_1 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Pengujian secara bersama-sama atau simultan Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3.7.2 Pengujian secara bersama-sama (simultan)

Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

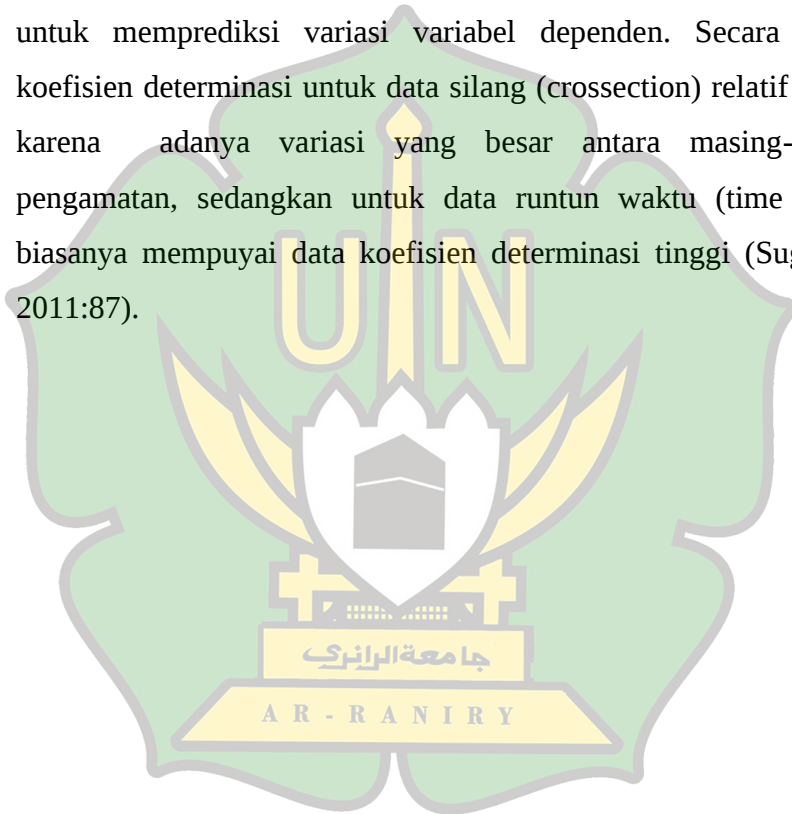
1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 ditolak yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:
 - a) Jika signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b) Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_1 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai koefisien determinasi tinggi (Sugiyono, 2011:87).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Islam

Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait.

Sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut adalah berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-.

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belumlah memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, saat itu hanya diakomodir dalam

salah satu ayat tentang "bank dengan sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992; tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan.

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dan lainnya.

Pengesahan beberapa produk perundangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah, seperti: (i) UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah; (ii) UU No. 19/2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (sukuk); dan (iii) UU No. 42/2009 tentang Amandemen Ketiga UU No. 8/1983 tentang PPN Barang dan Jasa. Dengan telah diberlakukannya UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri

perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Lahirnya UU Perbankan Syariah mendorong peningkatan jumlah BUS dari sebanyak 5 BUS menjadi 11 BUS dalam kurun waktu kurang dari dua tahun (2009-2010).

Sejak mulai dikembangkannya sistem perbankan syariah di Indonesia, dalam dua dekade pengembangan keuangan syariah nasional, sudah banyak pencapaian kemajuan, baik dari aspek lembaga dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun *awareness* dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah. Sistem keuangan syariah kita menjadi salah satu sistem terbaik dan terlengkap yang diakui secara internasional. Per Juni 2015, industri perbankan syariah terdiri dari 12 Bank Umum Syariah, 22 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 162 BPRS dengan total aset sebesar Rp. 273,494 Triliun dengan pangsa pasar 4,61%. Khusus untuk wilayah Provinsi DKI Jakarta, total aset gross, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (BUS dan UUS) masing-masing sebesar Rp201,397 Triliun, Rp85,410 Triliun dan Rp110,509 Triliun.

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga beralih ke OJK selaku pengawas jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam Roadmap Perbankan

Syariah Indonesia 2015-2019 yang diluncurkan pada Pasar Rakyat Syariah 2014. Roadmap ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi insiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan. OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah sesuai peta jalan perbankan syariah. Arah pengembangan perbankan syariah yang sebelumnya tertuang pada Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 telah sampai pada masa akhirnya.

Untuk melanjutkan arah pengembangan perbankan syariah dengan mempertimbangkan berbagai isu strategis, peluang maupun tantangan yang dihadapi, Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia periode 2020-2025 disusun dengan membawa visi mewujudkan perbankan syariah yang *resilient*, berdaya saing tinggi, dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial.

Arah pengembangan perbankan syariah ini telah disusun selaras dengan beberapa arah kebijakan, baik kebijakan eksternal yang bersifat nasional seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 dan Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2019-2024, maupun kebijakan internal OJK, yaitu Masterplan Sektor Jasa Keuangan Indonesia dan Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia.

Sebagai bagian dari RP2I, roadmap ini merupakan langkah strategis OJK dalam menyelaraskan arah pengembangan ekonomi

syariah di Indonesia, khususnya pada sektor industri jasa keuangan syariah di bidang perbankan syariah.

Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia disusun sebagai katalisator akselerasi proses pengembangan perbankan syariah di Indonesia dengan membawa tiga arah pengembangan. Terdiri dari, penguatan identitas perbankan syariah; sinergi ekosistem ekonomi syariah; serta penguatan perizinan, pengaturan, dan pengawasan. Sebagai bagian dari Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia, roadmap ini merupakan langkah strategis OJK dalam menyelaraskan arah pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya pada sektor industri jasa keuangan syariah di bidang perbankan syariah.

Alhamdulillah, Indonesia kini punya bank syariah terbesar. Namanya Bank Syariah Indonesia atau BSI. Sudah beroperasi sejak 1 Februari 2021. BSI adalah hasil merger atau penggabungan tiga bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Dihitung-hitung, Bank Syariah Indonesia memiliki aset sebesar Rp 245,7 triliun.

Sedangkan modal intinya Rp 20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, bank syariah ini akan langsung masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya di tahun 2025, targetnya menjadi pemain global. Target tembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain itu, Bank Syariah Indonesia memiliki sekitar 1.200

kantor cabang serta lebih dari 1.700 ATM. Saat ini, BSI berada di kategori bank BUKU III. Ambisinya masuk dalam daftar bank BUKU IV pada tahun 2022.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1. Pembuktian Uji Asumsi Klasik Model Regresi

4.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik non parametrik. Untuk menguji apakah data bersifat normal atau tidak maka peneliti menggunakan analisa Kolmogrov-Smirnov. Metode ini prinsip kerjanya membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik (observasi).

Adapun hasil dari metode Kolmogrov-Smirnov sebagai berikut :

Tabel. 4.1

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3743.35100693
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.102
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
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.

Sumber : Output SPSS versi 20, 2021

Dari hasil uji normalitas Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa One Sample Kolmogorav-Smirnov diatas menunjukan bahwa N (jumlah data) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 32. Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov Smirnov test* menunjukkan nilai test statistic sebesar 0,111 dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Pada tabel tersebut nilai signifikasi lebih besar dari 0,05, artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi multikolonieritas dapat dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi antar variabel independen dan dengan melihat nilai tolerance dan lawannya VIF. Adapun hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan matriks korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikoloniaritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24950.992	1227.237		20.331	.000		
GiroWadiah	.001	.001	.234	1.486	.148	.578	1.731
Beban Bonus Wadiah	.005	.003	.183	1.470	.153	.927	1.079
BiayaPemasaran	.062	.017	.567	3.702	.001	.610	1.640

a. Dependent Variable: Laba

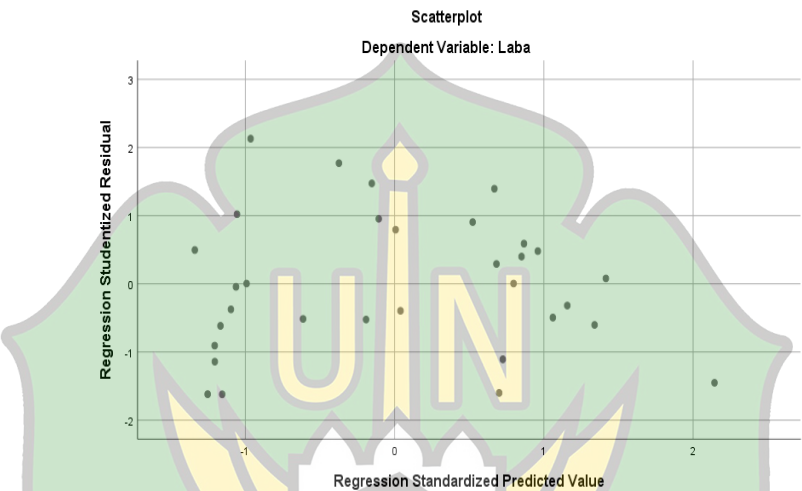
Dari hasil uji multikoloniaritas Tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan ada variabel independen yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 dan nilai tolerance mendekati 1 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi yang digunakan.. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Berdasarkan Coefficients pada gambar diatas maka dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah 1.731 (variabel giro wadi'ah), 1,079 (variabel beban bonus wadi'ah), 1,640 (variabel biaya pemasaran). Sehingga dapat kesimpulan bahwa variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikoloniaritas karena hasilnya lebih kecil dari pada 10.

4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskodastisitas dalam model persamaan regresi dapat menggunakan gambar/chart model scatterplot dengan program SPSS. Model regresi akan heteroskodastik bila data akan berpencar disekitar angka nol pada sumbu y dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Heteroskedastisitas untuk menunjukkan nilai varians antara nilai Y tidaklah sama. Dampak terjadinya heteroskedastisitas yaitu interval keyakinan untuk koefisien regresi menjadi semakin lebar dan uji signifikansi kurang kuat.

Hasil pengujian heterokedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Dari hasil uji Heteroskedastisitas Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SPRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized. Dari gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak

terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.1.4 Uji Auto Korelasi

Tabel 4.4

Uji Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.774 ^a	.599	.556	3938.786	.807

a. Predictors: (Constant), BiayaPemasaran, Beban Bonus Wadiah, GiroWadiah

b. Dependent Variable: Laba

Pada Tabel 4.4 dapat diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 0,807, yang artinya nilai Durbin-Watson yang diperoleh $-2 \leq DW \leq 2$. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini bebas dari gejala auto korelasi. Dengan kata lain model ini layak untuk digunakan. Bila dibandingkan dengan DW Hitung dengan DW Tabel sesuai dengan kriteria atau tidak.

4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan regresi berganda dimana akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan fungsional dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat, atau untuk meramalkan dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Hasil uji linier berganda dalam penelitian

ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		20.331	.000
	GiroWadiah	.234	1.486	.148
	Beban Bonus Wadiah	.183	1.470	.153
	BiayaPemasaran	.567	3.702	.001
a. Dependent Variable: Laba				

$$Y = 0,234 X1 + 0,183 X2 + 0,567 X3 + e$$

Berdasarkan masing-masing nilai koefisien yang telah distandarisasi dalam persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Koefisien regresi GiroWadiah sebesar 0,234 artinya jika variabel Giro Wadiah ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebas lainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan laba sebesar 23,4%.
2. Nilai Koefisien regresi Beban Bonus Wadiah sebesar 0,183 artinya jika variabel Beban Bonus Wadiah ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebaslainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan laba sebesar 18,3%.

3. Nilai Koefisien regresi Biaya Pemasaran sebesar 0,567 artinya jika variabel Biaya Pemasaran ditingkatkan 1% dengan catatan variabel bebas lainnya dianggap konstan (0), maka akan meningkatkan laba sebesar 56,7%.

4.2.3 Hasil Uji Secara Parsial

Tabel 4.6

Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	20.331	.000
	GiroWadiah	1.486	.148
	Beban Bonus Wadiah	2.470	.153
	BiayaPemasaran	3.702	.001
a. Dependent Variable: Laba			

t-tabel = 2,045

t-hitung X1 = 1,486

t-hitung X2 = 2,470

t-hitung X3 = 3,702

Diketahui variabel giro wadiah memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,486 dan nilai signifikansi sebesar 1,148 ($t_{hitung} < t_{tabel}$), artinya variabel giro wadiah tidak berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh tahun 2013-2020. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.

Diketahui variabel beban bonus wadiah memperoleh nilai thitung sebesar 1,470 dan nilai signifikansi sebesar 0,153 (thitung > ttabel), artinya variabel beban bonus wadiah tidak berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh tahun 2013-2020. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak.

Diketahui variabel biaya pemasaran memperoleh nilai thitung sebesar 3,702 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (thitung > ttabel), artinya variabel biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh tahun 2013-2020. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak.

4.2.4 Hasil Uji Secara Bersama-sama

Tabel 4.7
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649986721.907	3	216662240.636	13.966	.000 ^b
	Residual	434392979.593	28	15514034.985		
	Total	1084379701.500	31			

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), BiayaPemasaran, Beban Bonus Wadiah, GiroWadiah

Dapat diketahui nilai F tabel yaitu sebesar 2,947 sedangkan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 13,966 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel giro wadiah, beban bonus wadiah, dan biaya pemasaran

berpengaruh secara bersama-sama terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh tahun 2013-2020.

4.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.8

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.556	3938.786

a. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Beban Bonus Wadiah, GiroWadiah

b. Dependent Variable: Laba

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0,599 atau 59,9% yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen artinya sebesar 59,9% variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya 40.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Giro Wadiah terhadap Laba pada Bank Syariah Indonesia

Cabang Banda Aceh

Pada penelitian ini diketahui bahwa variabel giro wadiah memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,486 dan nilai signifikansi sebesar 1,148 (thitung < ttabel), artinya variabel giro wadiah tidak

berpengaruh terhadap laba pada Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh tahun 2013-2020. Hal ini disebabkan karena giro wadiah pada Bank Syariah Indonesia lebih kecil pendapatannya dibandingkan dengan tabungan wadiah dan deposito wadiah, hal ini mempengaruhi bahwa giro wadiah tidak berpengaruh terhadap laba di Bank Syariah Indonesia.

Dalam aplikasinya ada giro wadiah yang memberikan bonus dan ada giro wadiah yang tidak memberikan bonus. Pada kasus pertama giro wadiah memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan (laba), sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah deposan. Kasus kedua, giro wadiah tidak memberikan bonus karena bank hanya menggunakan dana simpanan giro untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan riil. Bank tidak menggunakan dana ini untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro wadiah adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank yang dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan tidak untuk diusahakan.

Hal ini diperkuat dengan penelitian dilakukan oleh Ardi, dengan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk variabel dependen laba, secara simultan giro wadiah, deposito mudharabah dan tabungan mudharabah tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap laba, dan secara parsial giro wadiah, deposito mudharabah

dan tabungan mudharabah juga tidak memiliki pengaruh signifikan. Hasil analisis juga menunjukkan nilai R square sebesar 0,103 yang berarti hanya 10,3% dari variable dependen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen sedangkan sisanya 89,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam model penelitian.

Pada penelitian ini dijelaskan bahwa giro wadiah tidak memberikan keuntungan atau laba pada Bank Syariah Indonesia secara riil. Dikarenakan Bank Syari'ah Indonesia lebih menggunakan simpanan giro untuk menyeimbangkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan. Selain itu Pada Bank Syariah Indonesia, tidak menggunakan dana giro wadiah bertujuan untuk produkif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro wadiah adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank yang dimaksudkan untuk diproteksi dan diamankan tidak untuk diusahakan.

4.3.2 Pengaruh Beban Bonus Wadi'ah terhadap laba pada Bank Syari'ah Indonesia

Pengaruh Beban Bonus Wadi'ah terhadap laba pada Bank Syari'ah Indonesia berdasarkan pada ttabel dengan taraf signifikansi 5% pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara variabel beban bonus wadi'ah terhadap laba (Y). Dengan demikian pada Bank Syari'ah Indonesia, beban bonus wadi'ah dapat mempengaruhi laba dengan cara meminimalisir dan yang

dikeluarkan, karena apabila pengeluaran beban bonus sedikit maka akan menambah jumlah laba yang diperoleh, begitu pula sebaliknya jika pengeluaran beban bonus wadi'ah sangat banyak maka laba yang diperoleh juga semakin sedikit.

Beban adalah sebagai arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut. Hadiah atau bonus merupakan akad yang berisi pemberian sesuatu oleh seseorang atas hartanya kepada orang lain.

Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip mengkehendaki. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa beban bonus wadiah adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau pengeluaran untuk memberikan suatu penghargaan atau suatu imbalan tanpa ada kesepakatan dari titipan seseorang yang dititipkan dan dijaga.

4.3.3 Pengaruh biaya pemasaran terhadap laba pada Bank Syari'ah Indonesia

Berdasarkan pada ttabel dengan taraf signifikansi 5% pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara biaya pemasaran terhadap laba (Y). Hal ini disebabkan karena laba pada Bank Syariah

Indonesia dipengaruhi oleh biaya yang menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki contoh perencanaan laba jangka pendek.

Biaya pemasaran merupakan proses dimana individu maupun kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Salah satu tujuan bank melakukan biaya pemasaran dengan promosi yaitu memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula sehingga semakin banyak nasabah yang memilih bank maka semakin tinggi pula jumlah laba yang diperoleh bank

4.3.4 Pengaruh Giro Wadiah, Beban Bonus Wadiah dan Biaya Pemasaran terhadap Laba pada Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian di dapat Ftabel dengan taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa semua variabel independent yaitu giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah, dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap laba pada Bank Syari'ah Indonesia. Jadi dari penelitian diatas secara simultan giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah, dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba, maka dari variabel ketiga diatas memiliki satu kesatuan yang harus dimiliki untuk mencapai laba.

Dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0,599 atau 59,9% yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen artinya sebesar 59,9% variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya 40.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Giro Wadiah merupakan produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (Current Account) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik giro wadiah ini mirip dengan giro pada bank konvensional. Giro wadiah memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan (laba), sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah deposan.

Beban bonus wadiah adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau pengeluaran untuk memberikan suatu penghargaan atau suatu imbalan tanpa ada kesepakatan dari titipan seseorang yang dititipkan dan dijaga. Dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan. Dalam hal ini biaya adalah uang tunai atau kas atau ekuivalen kas (harta non-kas yang dapat ditukar untuk barang atau jasa yang diinginkan) yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan laba baik untuk masa kini atau masa yang akan datang.

Setiap bank melakukan transaksi selalu menginginkan

perolehan laba yang maksimal. Penetapan laba yang diinginkan ini memerlukan perhitungan dan pertimbangan yang matang, karena akan berakibat pada tingkat margin bagi hasil yang tinggi. Dalam menetapkan margin ini juga memperhatikan kondisi persaingan, kondisi nasabah serta jenis proyek yang dibiayai. Semakin besar pembiayaan berkualitas telah disalurkan bank pada nasabah akan menentukan kemampuan bank dalam menghasilkan net margin, sehingga besar kecilnya pembiayaan berkualitas akan berpengaruh terhadap margin yang diperoleh bank, selanjutnya terbuka peluang bagi bank untuk menekan margin dan akhirnya dapat menekan tingkat margin/ nisbah bagi hasil.

Pada penelitian ini dijelaskan bahwa giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran memberikan keuntungan atau laba pada Bank Syari'ah Indonesia. Dari ketiga variabel memiliki satu kesatuan yang dapat menghasilkan laba. Jika salah satu dari ketiga variabel giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran kurang efektif maka laba yang diperoleh juga kurang efektif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan diolah dengan menggunakan SPSS versi 20.0 peneliti menemukan hasil analisisnya sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada ttabel dengan taraf signifikansi 5% disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara giro wadi'ah terhadap laba (Y). Pada penelitian ini dijelaskan bahwa giro wadi'ah tidak memberikan keuntungan atau laba pada Bank Syari'ah Indonesia secara riil.
2. Berdasarkan pada ttabel dengan taraf signifikansi 5% disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara beban bonus wadi'ah terhadap laba (Y). Pada penelitian ini dijelaskan bahwa beban bonus wadi'ah dapat memberikan keuntungan atau laba pada Bank Syari'ah Indonesia.
3. Berdasarkan pada ttabel dengan taraf signifikansi 5% disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan menurut statistik antara biaya pemasaran terhadap laba (Y). Pada penelitian ini dijelaskan bahwa disebabkan laba pada Bank Syari'ah Indonesia dipengaruhi oleh biaya yang menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang

dikehendaki contoh perencanaan laba jangka pendek.

4. Berdasarkan hasil penelitian di dapat F tabel dengan taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa semua variabel independent yaitu giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah, dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap laba pada Bank Syari'ah Indonesia.

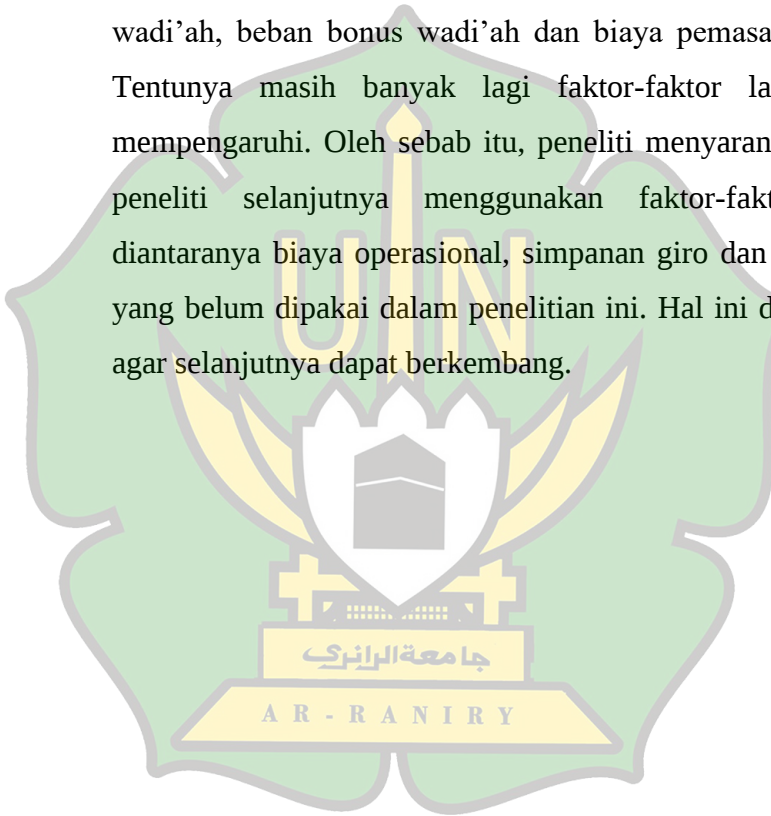
5.2 SARAN

Untuk meningkatkan kualitasnya, dan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, maka penulis menyampaikan saran-saran:

1. Bagi Pihak Akademik analisis ini merupakan temuan yang dilakukan oleh peneliti dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hendaknya temuan ini menjadikan referensi, sumber keilmuan dan literatur bagi pihak akademik. Karena dalam dunia perbankan semua variabel yang di angkat dalam penelitian ini menjadi penting untuk di praktikkan terkhusus untuk pengembangan dunia perbankan syari'ah.
2. Bagi lembaga keuangan syariah khususnya Bank Syari'ah Indonesia hendaknya meningkatkan produk yang banyak diminati nasabah baik dari sisi tabungan maupun pembiayaan sehingga memberikan kemudahan kepada seluruh nasabah Bank Syari'ah Indonesia dalam memenuhi kebutuhannya agar nasabah bisa loyal dan dapat

memberikan laba yang maksimal dengan banyaknya nasabah yang akan melakukan segala macam transaksi di Bank Syari'ah Indonesia.

3. Bagi Peneliti selanjutnya. analisis dalam menentukan laba Bank Syari'ah Indonesia, tidak hanya menggunakan giro wadi'ah, beban bonus wadi'ah dan biaya pemasaran saja. Tentunya masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor-faktor lain diantaranya biaya operasional, simpanan giro dan lain-lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar selanjutnya dapat berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemah Bahasa Indonesia. 2006. Kudus: Menara Kudus (Depag).
- Amin, Hasan Abdullah. 2015. *Al-wadi'ah al-mashrifiyah an-naqdiyah wa Istitssmariha fi al-Islam*, Jeddah : Dar Asy-Syuruq.
- Anoraga, Pandji. 2007. *Pengantar Bisnis: pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT Rhineka Cipta.
- Ansori, Abdul Ghofur. 2010. *Perbankan Syari'ah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011. *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ariwibowo, Zulyanto. 2011. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih PT. Hanjala Mandala, Tbk. FEBI. *Skripsi tidak Diterbitkan*. Perbankan Syariah. IAIN Depok.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bahsan, M. 2015. *Giro dan Bilyet Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syari'ah, Teori, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Djalal, Nachrowi. 2015. *Pendekatan Populer dan Praktis Jakarta*: PT Raja Grafindo.

- Firdaus, Muhamad. 2011. *Ekonometrik Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fuad, Paulu. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadjah, Ibnu. 2009. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kwantitas dalam Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2008. *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Sistem pembayaran. <http://www.bi.go.id/id/sistempembayaran/diindonesia/perkembangan/Contents/Default.aspx>.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Islahuzzaman. 2012. *Istilah-istilah Akuntansi dan Auditing*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Institut Bankir Indonesia (IBI). 2018. *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*. Jakarta: Djambatan
- Karim, Helmi. 2007. *Fiqh Muamalah*. Edisi 1, Cetakan 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Kasmir. 2014. *Dasar-dasar Perbankan edisi revisi 2014*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. . Jakarta: PT Indeks

- Kuswadi, *Memahami Rasio-rasio Keuangan Bagi Orang-orang Awam*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo.
- Lestari, Puji. 2013. *Efektivitas Pengaruh Besarnya Biaya Promosi dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga. Skripsi Tidak Diterbitkan FEBI*. Perbankan Syariah. IAIN Jakarta.
- Mardalis. 2010. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mauludi, Ali. 2015. *Akuntansi Perbankan Syariah Sebuah Kajian Teori dan Praktek Kontemporer*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP AMP YKNP.
- Muhamad. 2018. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Narbuko, Choli. 2007. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Noviya, Angga Cakra R. 2007. *Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Operasional (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan Lintang Tasikmalaya). Skripsi Tidak Diterbitkan FEBI*. Perbankan Syariah. IAIN Tasikmalaya.
- Oentere, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks PRESindo.
- Pandia, Frianto. 2012. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Prathama, Rahardja. 2013. *Uang dan Perbankan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Profil korporasi sejarah diakses melalui

<http://www.bcasyariah.co.id/profilkorporasi/sejarah/>.

Purwanto. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rasjid, Sulaiman. 2010. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru.

_____ 2011. *Fiqh Islam*, cet ke-50. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Ridwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Rivai, Veithzal. 2010. *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Rahman, Fatkur. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syari'ah*. Jakarta: PT Gramedia.

Sabiq, Sayyid. 2011. *Fiqh Sunah*. Jakarta: Pena Pundi Akasara.

Satori, Djam'an dan 'Aan Komariah. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.

Sugiarto, Dergibson S. 2016. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

_____ 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bisnis: Alvabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, V Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*. Yogyakarta: Global

Media Informasi.

Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

Suwardjono. 2011. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan* Yogyakarta: BPFE.

Tika, Moh. Pabundu. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tika, Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Trihandono Ardi. 2010. Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga (Giro Wadi'ah) Terhadap Laba Dan Resiko Bank Syari'ah Di Indonesia, *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Cirebon.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Warren, Carl S james M. 2005. *Accounting* Edisi ke 21. Jakarta: Salemba Empat.

Ziqri. 2009. Muhammad. Analisis Pengaruh Pendapatan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, FEBI. Perbankan Syariah. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

LAMPIRAN-LAMPIRAN OUTPUT SPSS VERSI 20

1. Uji Normalitas

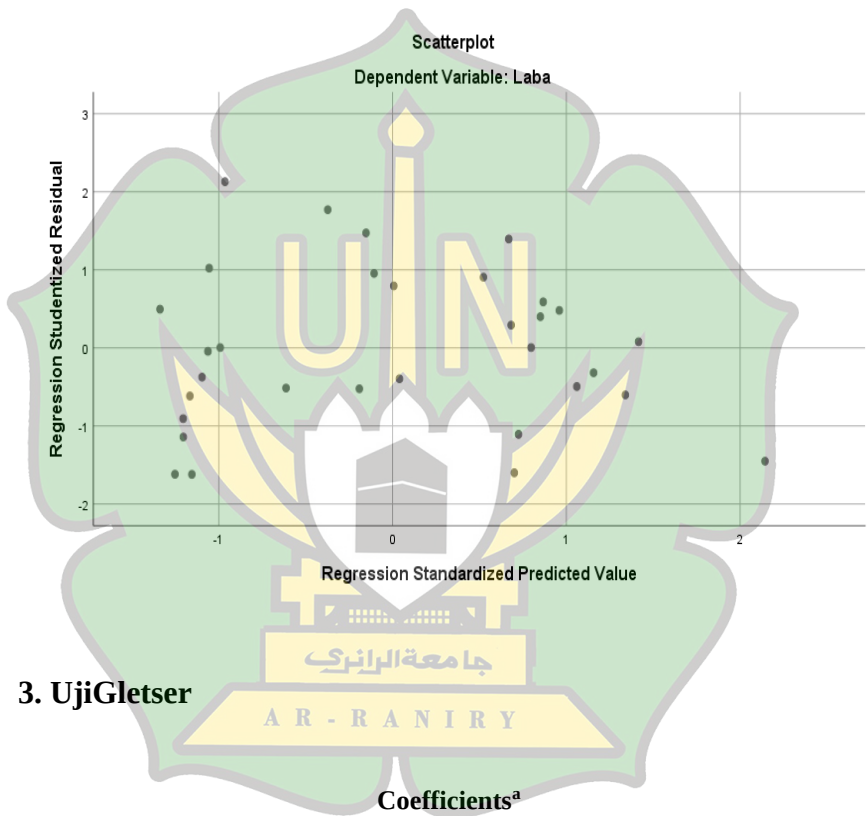
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3743.3510069
		3
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.102
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. UjiAsumsiKlasik

1). UjiHeteroskedastisitas

Scatterplot



3. UjiGletser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2465.976	578.485		4.263	.000
GiroWadiah	.000	.000	.233	1.013	.320

Beban Bonus	-.002	.001	-.237	-	.202
Wadiah				1.307	
BiayaPemasaran	.005	.008	.150	.672	.507

a. Dependent Variable: ABS_Res

2) UjiMultikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Tolerance	VIF
	B	Std. Error					
1 (Constant)	24950.992	1227.237		20.331	.000		
GiroWadiah	.001	.001	.234	1.486	.148	.578	1.731
Beban Bonus Wadiah	.005	.003	.183	1.470	.153	.927	1.079
BiayaPemasaran	.062	.017	.567	3.702	.001	.610	1.640

a. Dependent Variable: Laba

3) Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.774 ^a	.599	.556	3938.786	.807

a. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Beban Bonus Wadiah, Giro Wadiah

b. Dependent Variable: Laba

3. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)		20.331	.000
Giro Wadiah	.234	1.486	.148
Beban Bonus Wadiah	.183	1.470	.153
Biaya Pemasaran	.567	3.702	.001

a. Dependent Variable: Laba

4. Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	20.331	.000
	GiroWadiah	1.486	.148
	Beban Bonus Wadiah	2.470	.153
	BiayaPemasaran	3.702	.001
a. Dependent Variable: Laba			

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649986721.907	3	216662240.636	13.966	.000 ^b
	Residual	434392979.593	28	15514034.985		
	Total	1084379701.500	31			

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), BiayaPemasaran, Beban Bonus Wadiah, GiroWadiah

6. UjiKoefisienDeterminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.774 ^a	.599	.556	3938.786
---	-------------------	------	------	----------

a. Predictors: (Constant), BiayaPemasaran, Beban Bonus

Wadiah, GiroWadiah

b. Dependent Variable: Laba

Nilai Rasio Uji SPSS

7. Laporan Triwulan Bank Syariah Islam 2013-2020 (Dalam Jutaan Rupiah)

No	LAPORAN TRIWULAN	GIRO WADI'AH	BEBAN BONUS WADIAH	BIAYA PEMASARAN	LABA
1	Maret 2013	465.876	5.236	5.292	20.292
2	Juni 2013	578.873	6.223	6.748	20.788
3	September 2013	619.116	7.390	6.932	21.900
4	Desember 2013	738.831	7.667	7.955	22.568
5	Maret 2014	850.448	8.448	8.555	23.600
6	Juni 2014	887.285	8.818	9.526	24.659
7	September 2014	905.873	9.223	9.748	25.788
8	Desember 2014	949.116	10.390	10.132	25.900
9	Maret 2015	865.876	17.236	15.292	26.292
10	Juni 2015	1.178.873	18.223	82.748	26.788
11	September 2015	1.119.116	31.390	30.132	28.900
12	Desember 2015	938.831	25.667	138.955	30.568
13	Maret 2016	999.448	983.448	19.555	32.600
14	Juni 2016	1.487.285	13.418	69.926	34.659
15	September 2016	2.178.873	28.223	92.748	36.788
16	Desember 2016	3.119.116	21.390	70.132	28.900

17	Maret 2017	938.831	25.667	138.955	30.568
18	Juni 2017	999.448	800.448	19.555	32.600
19	September 2017	1.487.285	19.418	79.926	33.659
20	Desember 2017	2.178.873	20.223	82.748	33.788
21	Maret 2018	3.119.116	31.390	30.132	34.900
22	Juni 2018	938.831	25.667	138.955	35.568
23	September 2018	1.500.400	40.500	100.300	35.800
24	Desember 2018	2.355.180	59.415	65.256	36.551
25	Maret 2019	3.772.138	400.806	107.200	37.788
26	Juni 2019	2.500.400	40.500	130.300	36.800
27	September 2019	2.355.180	59.415	65.256	37.551
28	Desember 2019	1.094.260	31.817	111.109	38.958
29	Maret 2020	3.500.400	40.500	110.300	38.800
30	Juni 2020	2.355.180	59.415	65.256	35.551
31	September 2020	5.772.138	304.806	117.200	36.788
32	Desember 2020	6.770.222	408.600	217.200	38.888

