



ISSN : 2599-1760

EL-IQTISHOD

Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA (IPI)

Dewan Editor	: Prof. Dr. H. Azhar Arsyad, M.A : Dr. H. Abd. Muis Said, M.Ed, TESOL : Dr. Syamsu Alam, S.E., M.Si., Ak : Dr. Muh. Rusydi, S.Pd.I., M.Pd.I
Ketua Editor	: Fadly Yashari Soumena, S.E., M.Si
Sekretaris Editor	: Baso Akib, S.Kom., M.Ak
Editor Pelaksana	: Niluh Anik Sapitri, S.E., M.Ak : Lilies Handayani, S.E., M.M : Amelia Aswad, S.E., M.Ak : Fatimah, S.Pd., M.Pd : Ikhsan Ghozali, S.Hi., M.Si
Penyelarass Bahasa	: Sri Mulyani, S.S., M.Pd : Suharli, LC., M.A
Sekretariat	: Pathurrahman, S.Pd., M.Pd

Jurnal EL-IQTISHOD dikelola secara profesional dan diterbitkan oleh Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Parahikma Indonesia. **Tujuan Jurnal EL-IQTISHOD** adalah membantu para akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menyebarkan hasil penelitiannya. Jurnal ini juga didedikasikan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada ruang lingkup ekonomi syariah namun tidak terbatas secara implisit. **Sejak tahun 2017-2020**, proses penerbitan Jurnal EL-IQTISHOD dilakukan sebanyak 1 kali dalam setahun, akan tetapi terhitung sejak tahun 2021, jurnal ini akan diterbitkan secara berkala sebanyak 2 kali dalam setahun yaitu pada bulan **Mei dan November**.

Alamat : INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jln. Mustafa Dg. Bunga No.191, Pacciongan, Gowa. Sulawesi Selatan. Email : el.iqtishod.parahikma@gmail.com.



ISSN : 2599-1760

EL-IQTISHOD

Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA (IPI)

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil alamin, kami panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Volume 5 Nomor 2 Bulan November Tahun 2021, Jurnal El-Iqtishod, Jurnal Ekonomi Syariah, Institut Parahikma Indonesia, telah terbit. Penerbitan ini menunjukkan apresiasi dan dedikasi terhadap pengembangan keilmuan khususnya pada dunia akademisi. Tujuan dari diterbitkannya jurnal ini adalah membantu para akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menyebarkan hasil penelitiannya. Jurnal ini juga didedikasikan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada ruang lingkup ekonomi syariah namun tidak terbatas secara implisit. Penyusunan jurnal, ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Tim Redaksi juga sangat mengharapkan arahan, saran, dan kritikan yang dapat memberikan dampak positif pada pengembangan Jurnal El-Iqtishod kedepannya.

Gowa, November 2021

Redaksi

Alamat : INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jln. Mustafa Dg. Bunga No.191, Pacciongan, Gowa. Sulawesi Selatan. Email : el.iqtishod.parahikma@gmail.com.



ISSN : 2599-1760

EL-IQTISHOD

Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA (IPI)

DAFTAR ISI

Pengaruh Muzara'ah dan Mukhabarah Terhadap Pendapatan Petani Di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai Riskawati, Niluh Anik Sapitri, Baso Akib	1 - 18
Pengaruh NPF, CAR, dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Raden Hario Daffa Alaamsah , Fitri Yetti, Prima Dwi Priyatno	19 - 46
Refleksi Sifat Rasulullah Dalam Etika Professional Akuntan Indonesia Tamara Firdaus Basyir, Debby Ratna Daniel , Zahro Naimah	47 - 74
Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Membeli Produk Skin Care Halal Pada Mahasiswa Jabodetabek Zalfa Zahirah Adhania, Tati Handayani, Muhammad Anwar Fathoni	75 - 98
Analisis Pembiayaan Murabahah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Azizah Mursyidah, Herawati	99 - 116

JES	Vol.5	No.2	Hal. 1-116	Gowa, November 2021	ISSN 2599-1760
------------	--------------	-------------	-------------------	--------------------------------	---------------------------

Alamat : INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jln. Mustafa Dg. Bunga No.191, Pacciongan, Gowa. Sulawesi Selatan. Email : el.iqtishod.parahikma@gmail.com.



ISSN : 2599-1760

EL-IQTISHOD

Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA (IPI)

INDEKSASI JURNAL EL-IQTISHOD



Alamat : INSTITUT PARAHIKMA INDONESIA, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jln. Mustafa Dg. Bunga No.191, Pacciongan, Gowa. Sulawesi Selatan. Email : el.iqtishod.parahikma@gmail.com.

PENGARUH MUZARA'AH DAN MUKHABARAH TERHADAP PENDAPATAN PETANI DI DESA GUNUNG PERAK KABUPATEN SINJAI

Riskawati¹, Niluh Anik Sapitri², Baso Akib³

^{1,2,3}Institut Parahikma Indonesia; Jl. Mustafa Daeng Bunga No. 191, Paccinongan, Gowa, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Sulawesi Selatan.

Email Korespondensi: riskawatiazis11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh muzara'ah terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, (2) untuk mengetahui pengaruh mukhabarah terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, (3) untuk mengetahui muzara'ah dan mukhabarah terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis deskriptif dan *skala likert*. Data yang digunakan data primer dan sekunder, dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok tani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Metode analisis data menggunakan *regresi linear* berganda dan waktu penelitian dilakukan dari tanggal 15 Juli sampai dengan 26 Juli 2021 di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) secara parsial muzara'ah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, (2) secara parsial mukhabarah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, (3) dan secara bersama-sama/ simultan muzara'ah dan mukhabarah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai. Berdasarkan hasil penelitian di atas, muzara'ah dan mukhabarah memberikan kontribusi yang berarti terhadap pendapatan petani. Akan tetapi pembagian hasil tani antara pemilik lahan dan pengelola lahan belum sesuai akad, sehingga untuk menghindari perselisihan antara keduanya harus dilakukan secara tertulis.

Kata Kunci : Muzara'ah, Mukhabarah dan Pendapatan Petani

A. Pendahuluan

Pendapatan petani ialah seluruh penghasilan yang didapatkan petani dalam bertani setelah pemanenan hasil yang telah dikalkulasi melalui hasil jual ataupun penukaran produksi yang dinilai dalam rupiah. Melalui aktivitas bertani kebutuhan seseorang dapat terpenuhi sehingga pertanian harus mendapatkan perhatian. Islam telah mengatur praktik atau kegiatan dalam bertani agar sesuai dengan syariat (Ratna Komala, 2016).

Ada beberapa sistem bagi hasil dalam Islam, diantaranya ialah muzara'ah dan mukhabarah. Muzara'ah ialah sistem kerjasama anatar pemilik lahan dan pengelola, dengan syarat biaya dan bibit ditanggung pemilik lahan sedangkan bagi hasil sesuai kesepakatan bersama. Mukhabarah ialah bentuk kerjasama yang dijalankan petani pengelola dan pemilik lahan dimana pemilik tanah meyerahkan tanahnya untuk dikelola oleh penggarap dan menanggung bibit, pembagian hasil sesuai kesepakatan bersama (Surahmi, 2019). Mukhabarah dan muzara'ah ialah kerjasama yang dijalankan pemilik tanah dan pengelola dengan kesepakatan pembagian hasil sesuai perjanjian bersama, akan tetapi pada umumnya masih bersifat *paroan* atau *fifty-fifty* antara pemilik lahan maupun pengelola (Natsir, 2016).

Sistem muzara'ah dan mukhabarah dapat lebih untung dibandingkan cara *ijarah* (sewa tanah), baik untuk pemilik lahan ataupun untuk pengelolanya. Sebab, pemilik lahan dapat pembagian melalui pembagian hasil, di mana harga lebih banyak dibandingkan uang sewa lahan, sedangkan pengelola lahan tidak banyak menderita karena rugi dibanding yang menyewa lahan, jika pengelola lahan mengalami gagal panen (Natsir, 2016).

Sistem muzara'ah dan mukhabarah seperti yang disebutkan diatas yang memberikan keuntungan lebih untuk keduanya, tetapi fenomena yang ada di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai belum sesuai syariat islam. Akad

muzara'ah dan akad mukhabarah merugikan pihak pengelola karena terjadinya *wanprestasi* (ingkar janji) dari pihak pemilik tanah. Pemilik lahan biasanya ingin bagi hasil yang banyak walaupun penjualan hasil tani mengalami penurunan (Natsir, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan bagi hasil tani dalam akad muzara'ah dan akad mukhabarah di Desa Gunung Perak sesuai dengan syariat islam. Fakta yang terjadi di lapangan ialah pemilik lahan tidak adil pada saat bagi hasil dengan pengelola lahan, sehingga pengelola merasa dicurangi atau tidak adil dalam bagi hasil. Apabila tidak dilakukan penelitian, sistem bagi hasil yang merugikan salah satu pihak di Desa Gunung Perak akan terus terjadi (Surahmi, 2019).

Observasi pertama peneliti menemukan bahwa sistem akad muzara'ah dan mukhabarah yang diaplikasikan oleh petani tidak sesuai dengan syariat islam, seperti yang terjadi di Dusun Bontomanai, di mana pada saat hasil panen telah di jual kepada pedagang, pemilik lahan tidak jujur dalam pembagian hasil penjualan. Pemilik lahan memberikan hasil penjualan kepada pengelola dengan jumlah yang tidak sesuai atau tidak adil (Surahmi, 2019).

Berdasar pada fenomena atau hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Muzara'ah dan Mukhabarah Terhadap Pendapatan Petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai”**.

B. Tinjauan Teoritis

1. Grand Theory

Grand theory dalam penelitian ini yaitu menggunakan *staceholder*, istilah tersebut pertama kali diperkenalkan oleh *Standford Research Institute* (RSI) pada tahun 1963 (dalam Rhenman, 2017). *Stakeholder* merupakan individu maupun organisasi yang dapat memengaruhi atau

dipengaruhi oleh proses tercapainya tujuan organisasi. *Stakeholder* ialah kelompok ataupun masyarakat baik secara menyeluruh ataupun perseorangan yang mempunyai hubungan serta kewajiban dalam kelompok (Rhenman, 2017).

Pendapatan petani merupakan fokus kajian dari penelitian ini, pendapatan seorang petani dipengaruhi oleh akad muzara'ah maupun akad mukhabarah. Pihak yang melakukan akad dengan prinsip *stakeholder* akan memiliki sikap *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau rasa tanggungjawab yang baik dalam sebuah organisasi maupun lingkungan sekitar (Rhenman, 2017).

Menurut Rhenman (2017) tujuan CSR adalah untuk menciptakan nilai bagi *stakeholder* dalam memenuhi tanggungjawab menyiratkan perusahaan dan tidak dapat memisahkan bisnis dari etika. *Stakeholder* mempunyai peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi serta dapat memenuhi tujuan organisasi tersebut.

Berdasarkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat disimpulkan bahwa pentingnya rasa tanggungjawab yang baik dalam melakukan akad muzara'ah dan mukhabarah akan menciptakan hubungan yang erat atau kerja sama yang dilakukan berlangsung lama.

2. Teori Pendapatan

a. Pendapatan menurut para Ahli

Menurut para ahli pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah perolehan (uang ataupun bukan uang), rumah tangga atau perorangan dalam waktu tertentu, agar dapat memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi (Rauf, 2019).

Menurut Kuheba (2016) pendapatan dalam pertanian dapat disebut sebagai hasil, di mana hasil merupakan pengeluaran

(*output*) yang didapatkan dari hasil pengelolaan *input* produksi (sarana produksi/dapat juga disebut masukan) dari bertani.

Berdasar pada beberapa pendapat di atas, peneliti dapat menyimpulkan pendapatan petani ialah hasil yang didapatkan petani dari usaha tani dihitung dari selisih antara penerimaan dan biaya produksi kemudian dibagi sesuai akad oleh pemilik lahan dengan pengelola.

b. Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Uang yang diperoleh dan diberikan kepada subyek ekonomi berdasar pada pencapaian yang diberikan yakni berupa pendapatan melalui profesi yang dilaksanakan organisasi maupun individu merupakan arti pendapatan dalam perspektif islam.

Adapun ayat yang menjelaskan tentang pendapatan dalam qur'an surah Al-Jasiyah ayat 22, berbunyi:

وَ خَلَقَ اللَّهُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَ لِيُجْزَىٰ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ وَ هُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Terjemah:

“Dan Allah menciptakan langit dan bumi dengan tujuan yang benar dan agar dibalasi tiap tiap diri terhadap apa yang dikerjakannya, dan mereka tidak akan dirugikan”.

Islam memberikan penawaran dalam menyelesaikan masalah pendapatan dengan cara yang adil. Seluruh pekerja diperlakukan dengan adil atas apa yang telah dikerjakan dan diberikan uang atau hak pendapatan dalam bekerja. Islam menyatakan bahwa pemerataan pendapatan harus adil, selain kepada pekerja mereka harus memenuhi kewajiban dalam keluarga dan masyarakat yang tidak mampu atau membutuhkan pertolongan (Muhammad, 2019).

3. Teori Muzara'ah

a. Muzara'ah menurut para Ahli

Arif (2018) menurut bahasa muzara'ah berarti menanami lahan. Menurut istilah muzara'ah adalah kerjasama yang dijalankan pengelola dan pemilik lahan yang hasil tani dibagi berdasarkan kesepakatan, di mana bibit tanaman berasal dari pemilik lahan. Al-muzara'ah mempunyai 2 arti, yang pertama al-muzara'ah yang artinya *tharikh al-zur'aah* (melempar tanaman), artinya adalah modal (*al-hadzar*).

Muzara'ah menurut Imam Maliki yakni “perjanjian kerjasama dalam sektor pertanian”, sedang menurut Imam Hambali yakni “suatu kontrak penyerahan lahan kepada petani untuk dikelola dan hasilnya dibagi berdasarkan kesepakatan. Berdasarkan uraian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa akad muzara'ah ialah kerjasama yang dilakukan oleh pemilik lahan dengan penggarap di mana bibit tanaman ditanggung oleh pemilik lahan. Pembagian hasil pertanian dibagi berdasarkan akad yang telah disepakati bersama.

b. Landasan Hukum Muzara'ah

Hadis yang diriwayatkan al-jama'ah (mayoritas pakar hadis) dikatakan bahwa :

Dari Ibnu Umar: "Rasulullah SAW melaksanakan akad muzara'ah dengan penduduk Khaibar, yang hasilnya dibagi antara rasul dengan para pekerja . (H.R Bukhari).

Tujuan akad muzara'ah ialah agar sama-sama membantu pengelola dan pemilik lahan tani. Petani tidak mempunyai lahan pertanian akan tetapi pemilik lahan tidak dapat mengelolanya. Oleh

karena itu, wajar jika pengelola bekerjasama dengan pemilik lahan, dengan kesepakatan hasilnya dibagi sesuai perjanjian bersama.

4. Teori Mukhabarah

a. Mukhabarah menurut para Ahli

Menurut Habibi (2017) mukhabarah merupakan kerja sama untuk mengolah tanah yang dijalankan pengelola dan pemilik lahan di mana pemiliknya memberikan lahannya kepada pengelola agar dikelola yang nantinya akan ada imbalan tertentu dari hasil panen di aman bibitnya disediakan oleh pengelola lahan. Menurut Al-Syafi'I (2016) mukhabarah yakni menggarap lahan dengan apa yang dikeluarkan dari tanah. Artinya hasil yang didapatkan dari lahan garapan dibagi sesuai dengan akad antara pengelola dan pemilik lahan. Berdasar uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa mukhabarah ialah suatu aktivitas kerjasama antara pemilik lahan dan pengelola di mana bibit tanaman ditanggung oleh penggarap. Sedangkan hasil pertanian dibagi berdasarkan akad yang dilakukan bersama.

b. Landasan Hukum Mukhabarah

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي
الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ
بَعْضًا سُلْحَبًا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ (٣٢)

Terjemah:

“Kamilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”. (Q.S. az-Zukhruf: 32).

Ayat diatas menegaskan bahwa Allah SWT telah membagi sarana dalam kehidupan dunia karena manusia tidak bisa menjalankannya sendiri. Allah SWT meninggikan beberapa manusia agar sebagian dari mereka bisa menggunakan beberapa yang lain, jadi manusia saling tolong-menolong guna terpenuhi kebutuhan pokok.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2021, berlokasi di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai. Populasi yang digunakan ialah 29 kelompok tani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai. Peneliti menggunakan 3 kelompok tani untuk mewakili populasi, setiap kelompok tani terdiri dari 23 orang. Menurut Sugiyono (2017), dalam menentukan jumlah sampel dapat dilaksanakan melalui perhitungan statistik yakni menggunakan rumus slovin. Rumus ini dipergunakan dalam penentuan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya yakni sebanyak 69. Bagi tingkat presisi yang diterapkan dalam menentukan sampel adalah 5%. Maka sample yang dipergunakan untuk penelitian ini disederhanakan menjadi 50 sample, yang diambil dari 3 kelompok tani yaitu kelompok tani Tambaria, kelompok tani Bulu Mattiro dan kelompok tani Binatani Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

Jenis peneltian yang digunakan ialah peneltian kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memperlihatkan gambaran untuk obyek yang akan diteliti dengan sampel atau data yang dikumpulkan. Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini bersumber melalui data primer yang didapatkan dari responden dan data sekunder didapatkan dari literatur, jurnal dan internet.

Analysis regresi linear berganda yaitu teknik analysis data untuk penelitian ini yang dioperasikan melalui program komputer (*software*) SPSS 20, sebelum melaksanakan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda harus melewati uji asumsi klasik untuk mendeteksi apakah terdapat multikolinieritas dan heterokedastisitas pada penelitian. Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh variabel independen yakni muzara'ah (X_1), mukhabarah (X_2) terhadap variabel dependen yakni pendapatan petani (Y). Sedangkan untuk menguji hipotesis sebab-akibat menggunakan koefisien determinan (R^2), uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan). Teknik pengukuran data menggunakan *scala likert* dengan memberikan nilai untuk setiap pernyataan yang diberikan peneliti yang telah disusun.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengelolaan data dilakukan melalui Microsoft Excel dan aplikasi spss versi 20, untuk memudahkan dalam memperoleh hasil yang memberikan penjelasan variabel-variabel dalam penelitian ini.

a. Uji Validitas

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Q	r hitung	r tabel	Ket
(X ₁)	Muzara'ah	1	0,839	0,278	Valid
		2	0,853	0,278	Valid
		3	0,831	0,278	Valid
		4	0,893	0,278	Valid
		5	0,803	0,278	Valid
		6	0,886	0,278	Valid
(X ₂)	Mukhabarah	7	0,754	0,278	Valid
		8	0,780	0,278	Valid
		9	0,744	0,278	Valid
		10	0,506	0,278	Valid
		11	0,643	0,278	Valid
		12	0,499	0,278	Valid
(Y)	Pendapatan Petani	13	0,751	0,278	Valid
		14	0,707	0,278	Valid
		15	0,879	0,278	Valid
		16	0,805	0,278	Valid
		17	0,718	0,278	Valid
		18	0,879	0,278	Valid

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar tabel di atas, bahwa seluruh pernyataan dari item 1 sampai 18 variabel muzara'ah (X₁), mukhabarah (X₂) dan pendapatan petani (Y) adalah valid. Hal tersebut dikarenakan r_{hitung}] positif dan > dibanding r_{tabel} dan jika settiap faktor positif dan besarnya 0,278 ke atas maka variabel tersebut kuat. Butir-butir pernyataan muzara'ah, mukhabarah dan pendapatan petani yang tertera dalam kuesioner layak untuk digunakan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian kedepan.

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas variabel muzara'ah (X₁), mukhabarah (X₂), dan pendapatan petani (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Reliabilitas
Muzara'ah (X ₁)	0,924	6	Reliabel
Mukhabarah (X ₂)	0,730	6	Reliabel
Pendapatan Petani Y	0,878	6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah di SPSS, 2020

Berdasar pada tabel di atas, uji tersebut dilaksanakan untuk item pernyataan yang dinyatakan valid. Pernyataan dikatakan reliabel, apabila jawaban pernyataan konsisten. Hasil koefisien reliabilitas instrumen muzara'ah yaitu 0,924 instrumen mukhabarah yaitu 0,730 dan instrument pendapatan petani yaitu 0,878 yang memiliki nilai *Crombac'h Alpha* >0,6 artinya semua instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi syarat.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1.3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,66119655
Most Extreme Differences	Absolute	,180
	Positive	,140
	Negative	-,180
Kolmogorov-Smimov Z		1,270
Asymp. Sig. (2-tailed)		,179

a. Test distribution is Normal.

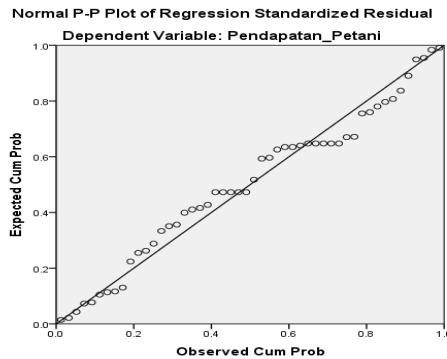
b. Calculated from data.

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar pada tabel tabel tersebut didapatkan nilai *Asympt. 2-tailed* sebesar 0.179, nilai ini di bandingkan 0,05 dalam pengambilan keputusan sebagai pedoman (Ghozali, 2016):

1. Data tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan < 0.05.
2. Data berdistribusi normal apabila nilai signifikan > 0,05.

Pada hasil uji normal didapat jika nilai *asympt.sig.(2-tailed)* 0,179, sehingga disebutkan bahwa data yang dipergunakan untuk penelitian berdistribusi normal karena mempunyai nilai sig. > 0,05.



Gambar 1.1 *P-Plot of Regrepsion*
Sumber: data primer yang di olah, 2021

Berdasar pada gambar di atas, dilihat jika titik-titik menyebar sejajar garis diagonal. Berdasar pada hal itu, jadi model regresi penelitian ialah normal. Apabila titik-titik menyebar ke kanan dan ke kiri ataupun tidak menyebar mengikut garis diagonal maka dinyatakan tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 1.4. Multikolinieritas

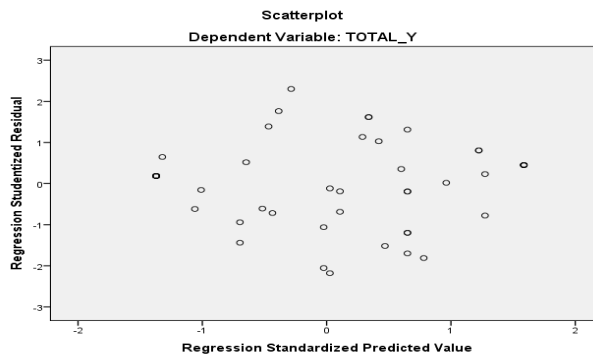
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Muzaraah (x1)	,416	2,405
Mukhabarah (x2)	,416	2,405

a. Dependent Variable: Pendapatan Petani_Y

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar pada hasil uji multikolenieritas di atas, diketahui jika nilai *Tolerance* $0,416 > 0,1$ dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Faktor*) $2,405 < 10$. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel bebas dari asumsi klasik multikolenieritas.

3. Uji Heterokedastisitas



Sumber: data primer yang di olah di SPSS, 2021

Gambar 1.2 *Scatterplot*

Berdasarkan gambar tersebut dilihat jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 sumbu Y, dengan demikian disimpulkan jika tidak ada terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi pendapatan petani berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu muzara'ah dan mukhabarah terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

d. Analysis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel independen (muzara’ah dan mukhabarah) dengan variabel dependen (pendapatan petani), dapat dijelaskan pada gambar berikut:

Tabel 1.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2,199	3,010	
	Muzaraah	,319	,145	,324
	Mukhabarah	,576	,177	,480

a. Dependent Variable: Pendapatan Petani_Y
Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

$$\text{Pendapatan Petani (Y)} = (2,199) + (0,319) X_1 + (0,576) X_2$$

Di mana:

Y = Pendapatan Petani

X1 = Muzara’ah

X2 = Mukhabarah

Keterangan:

- a) Koefisien regresi pendapatan petani (Y) adalah positif 2,199 berarti jika nilai dari variabel yang lain tetap (*constan*), maka pendapatan petani ialah 2,199 satuan.
- b) Koifisien regresi muzara’ah = 0,319 menunjukkan jika muzara’ah mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkat pula pendapatan petani 0,319 melalui asumsi variabel lain *constan*.

- c) Koefisien regresi mukhabarah = 0,576 memperlihatkan jika mukhabarah terjadi peningkatan satu satuan akan mengalami peningkatan pula pendapatan petani 0,576.

e. Uji Koefisien Determinasi R²

Pengujian ini dilaksanakan agar mengetahui seberapa besar kemampuan model untuk menjelaskan varian variable dependen. Penelitian ini menggunakan koefisien determinan menggunakan nilai *adjusted R²*.

Tabel 1.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.555	1,696

a. Predictors: (Constant), Muzaraah_X2, Mukhabarah_X1

b. Dependent Variable: PendapatanPetani_Y

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar pada tabel di, didapatkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,555 atau 55%. Hal ini memperlihatkan apabila pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai dapat dijelaskan sebesar 55% oleh variabel independen yaitu muzara’ah dan mukhabarah. Sisa 45% pendapatan petani dijelaskan oleh variabel-variabel di luar variabel independen penelitian ini.

f. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Pengujian ini digunakan agar dapat diketahui pengaruhnya secara parsial variabel bebas ke variabel terikat. Pengujian ini

yakni melihat perbandingan nilai signifikansi 0,05. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka hipotesis di tolak (Ghozali, 2016).

Tabel 1.7 Hasil Uji t (parsial)

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,199	3,010		,731	,469
Muzaraah_X1	,319	,145	,324	2,190	,034
Mukhabarah_X2	,576	,177	,480	3,247	,002

a. Dependent Variable: PendapatanPetani_Y

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar pada hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa muzara’ah dan mukhabarah sebagai berikut:

a) Variabel Muzara’ah (X₁)

Berdasarkan jumlah responden penelitian, maka untuk mengetahui besar t_{tabel} adalah sebesar 2,011. Hasil pengujian didapatkan t_{hitung} 2,190 > t_{tabel} 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,034 < 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan variabel muzara’ah secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

b) Variabel Mukhabarah (X₂)

Hasil pengujian t_{hitung} sebesar 3,247 > t_{tabel} 2,011 dengan tingkat signifikan 0,002 < 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan variabel mukhabarah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

g. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji *statistic* yang dipergunakan dalam penilaian uji regresi yang telah dilaksanakan memiliki pengaruh yang positif ataupun tidak, di mana apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka pengujian disebut signifikan (Ghozali, 2016).

Tabel 8. Hasil Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,361	2	90,680	31,519	.001 ^b
	Residual	135,219	47	2,877		
	Total	316,580	49			

a. Dependent Variable: Pendapatan_Petani

b. Predictors: (Constant), Mukhabarah, Muzaraah

Sumber: data primer yang diolah di SPSS, 2021

Berdasar pada jumlah responden penelitian, maka untuk mengetahui besar f_{tabel} adalah 3,20 df ($n-k = 50-3 = 47$). Hasil uji f_{hitung} 31,519 $> f_{tabel}$ 3,20, dengan nilai signifikansi 0,001 $< 0,05$. Hal tersebut menunjukkan variabel muzara'ah dan mukhabarah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai.

E. Penutup

a. Simpulan

Berdasar pada hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan muzara'ah dan mukhabarah berpengaruh positif terhadap pendapatan petani di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai sebesar 55% sedangkan 45% dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Saran

Para petani, pemilik lahan maupun penggarap di Desa Gunung Perak agar dalam sistem bagi hasil yang diterapkan senantiasa berasaskan

nilai-nilai islam atau berdasarkan syariat islam. Toleransi sangat dibutuhkan antara kedua belah pihak dalam sebuah kerjasama sehingga tidak ada yang merasa dirugikan.

Daftar Pustaka

- Arif, F.M. (2018). Ejournal. *Muzara'ah dan Perbandingan Ekonomi Umat di Pedesaan* (20) <https://doi.ejournal.iainpalopo.ac.id>
- Ghozaliy, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip), hal. 45. Disadur dari http://etheses.uin-malang.ac.id/2022/10/05610077_Daftar_Pustaka.pdf
- Habibi. (2017). *Analisis Pengaruh Muzara'ah Terhadap Tingkat Kesejahteraan Petani (Studi Kasus Di Desa Silmpang Agiung Kabupaten Lampung Tengah)*, (Skripsi). Universitas Metro, Lampung.
- Komala R.D. (2016). *Manajemen Usaha Tani*, (skripsi). Diambil dari databased (11) <https://scholar.google.co.id/citations?user=ZYhYmFcAAAAJ&hl=en>
- Kuheba, A.J. (2016). Ejournal Unstrat. *Pebandingan Pendapatan Pertanian Campuran Berdasarkan Pengelompokan Jenis Tanaman* (15) <https://doi.org/10.35791/argrsosek.12.2A.2016.12601>
- Natsir.(2016). *Ekonomi Moneter dan Perbankan-Sentral*. Jakarta: Mitra Wacana Media <https://doi.org/10.35791/argrssdfjg.12.2A.2016.12601>
- Rehman.(2017) *Manajemen Tentang Teori Stakeholder*. Jakarta: Pustaka Media. <https://doi.org/19.33811/adiosdfjg.14.2A.2017.12611>
- Rauf A.R. (2019). *Analisis Faktor- factor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur di Pasar*.(Skripsi). Diambil dari databased (10) <https://doi.org/14.35791/arlkjdfjg.11.2A.2019.12901>
- Surahmi A.I. (2019). *Implementasi Akad Muza'rah dan Mukhabarah pada Masyarakat Petani di Desa Bllang Kruieng dan Desa Liam Asang, Kabupaten Aceh Besar*, (Skripsi). Diambil dari databased (15). Universitas Islam Negeri Ar-Ranary, Banda Aceh.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi* . Cet, XXIV; Bandung Alfabeta, Disadur dari <https://scholar.googleco.id/citations?user=ZYhYmFcAAAAJ&hl=en>
- Imam Abi Abdillah Muhammad bin Idris Asy-Safi'I. (2018). *al-Umm*, Juz III, Dar al-Fikr, Mesir, hlm.12.
- Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Depok:Gema Insani Press.

PENGARUH NPF, CAR, DAN FDR TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA

Raden Hario Daffa Alaamsah¹, Fitri Yetti², Prima Dwi Priyatno³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jakarta (UPN Veteran Jakarta) DKI Jakarta
Email Korespondensi : raden.hario@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor dari *Non Performing Financing*, *Capital Adequacy Ratio*, dan *Financing to Deposit Ratio* terhadap Profitabilitas yang di ukur melalui metode *Return On Aset* perusahaan bank umum syariah. Karena perkembangan ekonomi syariah terkhusus dari perbankan syariah dalam beberapa tahun terakhir berkembang cukup pesat. Adapun jenis data yang dipergunakan pada penelitian ini ialah data sekunder, yakni laporan tahunan dari 12 Bank Umum Syariah. Untuk teknik analisis data dalam kajian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan bantuan *E-Views 9* dan *Microsoft Excel*, dengan pengujian hipotesis, yakni uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam kajian ini ditemukan, NPF memengaruhi secara negatif terhadap Profitabilitas, dan CAR memengaruhi secara positif terhadap Profitabilitas, untuk FDR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Dan secara simultan, NPF, CAR, dan FDR turut mempengaruhi Profitabilitas secara bersamaan.

Kata Kunci : NPF, CAR, FDR, Profitabilitas.

A. Pendahuluan

Sistem keuangan syariah dalam tahun-tahun kebelakang terlihat akan perkembangan yang sangat bermakna. Dengan semakin berkembangnya pertumbuhan perbankan syariah, hal tersebut juga memicu adanya perkembangan syariah di sektor lain nya seperti dalam dunia *fashion*, pariwisata dan kuliner (Munir, 2018). Selain karena Indonesia adalah negara berkembang, namun faktor syariah dapat berkembang di

berbagai sektor terkhusus perbankan syariah ini dikarenakan negara Indonesia ini hampir Sebagian besar beragama Islam (Hakiim & Rafsanjani, 2018).

Dari bermacam jenis bisnis yang tengah mengalami perkembangan di bidang syariah, pembahasan seputar perbankan cukup mendominasi untuk beberapa tahun terakhir ini, Karena pada perbankan syariah di Indonesia berperan sebagai manajer investasi dari nasabah yang menitipkan dana pada bank syariah itu sendiri, selain hal tersebut pemberian keuntungan atau yang biasa dikenal di bank syariah adalah bagi hasil juga merupakan salah satu daya Tarik nasabah menanam Sebagian hartanya di bank syariah (Almunawwaroh & Marlina, 2018).

Pertumbuhan aset dari BUS itu sendiri sejak tahun 2015 hingga tahun 2019 bertumbuh secara stabil dan diharapkan pertumbuhan aset dalam Bank Umum Syariah ini semakin terus berkembang untuk bertumbuh, dan puncaknya pada tahun 2019 bank umum syariah mampu memperoleh pertumbuhan aset sebesar Rp 350,36 Triliun. Namun meskipun bank umum syariah berkembang dengan cukup pesat dan dapat menghasilkan aset yang cukup besar, dari data yang didapat, dari total keseluruhan aset gabungan antara bank umum konvensional dengan bank umum syariah pada 2019, aset bank syariah itu sendiri masih berada pada level minor, di mana aset bank umum syariah hanya menyumbang 4.09% saja dari total keseluruhan aset bank umum konvensional dan bank umum syariah bernilai sebesar Rp 8.562 Triliun.

Pertumbuhan aset bank umum syariah tentunya difaktori dengan profitabilitas yang cukup bermakna, profitabilitas juga dapat menjadi suatu indikator untuk mengukur kinerja suatu perusahaan entah Lembaga keuangan maupun Lembaga non keuangan (Mahmudah & Harjanti, 2016).

Profitabilitas mencakup perbandingan pinjaman, kegiatan, ataupun likuiditas suatu perusahaan yakni, ROE (*return on equity*) dan ROA (*return on aset*), dan selain itu Bank Indonesia lebih melihat ROA daripada ROE dalam menentukan keberhasilan perbankan, kian besarnya nilai ROA pada bank, berarti kian membesar pula persentase laba yang didapat bank itu.

Penting bagi bank mampu menjaga kestabilan nilai profitabilitasnya, sehingga dapat mengoptimalkan maupun pemenuhan atas kewajiban bank ke para investor, memaksimalkan daya pemodal, serta mengoptimalkan tingkat kredibilitas masyarakat terhadap bank tersebut (Agustiningrum, 2016). Karena tingginya profitabilitas suatu bank secara tak langsung mampu menunjukkan bahwa ia telah mampu mengelola usaha yang dikelolanya sesuai dengan ketentuan dan peraturan serta prinsip perbankan yang sehat.

Menurut (Wahyudi, 2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR, BOPO, dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia” dengan populasi 11 BUS di Indonesia, menemukan hasil secara parsial yakni BOPO mempengaruhi signifikan terhadap ROA dari perbankan syariah, dan CAR, NPF, FDR, serta inflasi tidak mempunyai pengaruh apa-apa terhadap ROA dari perbankan syariah di Indonesia. Namun secara simultan variabel CAR, NPF, FDR, BOPO, dan Inflasi memengaruhi secara bersamaan terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah.

Menurut (Suteja & Majidah, 2020) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh CAR, FDR, NPF, *Gearing Ratio*, dan *Corporate Governance* Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah” dengan populasi dalam kajiannya ialah 12 BUS di Indonesia. Hasil berdasarkan dalam kajian ini, secara parsial, CAR memengaruhi secara positif terhadap profitabilitas,

lalu NPF memengaruhi secara negatif terhadap profitabilitas. Lalu secara simultan, variabel CAR, FDR, NPF, *Gearing Ratio*, dan *Corporate Governance* bersamaan turut memengaruhi Variabel Profitabilitas.

B. Tinjauan Teoritis

1. Profitabilitas

Profitabilitas, ialah suatu kapabilitas bank dalam men dapatkan atau menciptakan keuntungan seefisien mungkin berdasarkan kinerja dalam kegiatan usaha, yang dilakukan oleh bank dalam periode tertentu (Hakiim & Rafsanjani, 2018). Suatu laba yang di dapat oleh bank umum syariah adalah penerimaan keuntungan yang diterima setelah membayar biaya produksi, dan dari penerimaan laba ini merupakan gambaran dari kinerja perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaannya (Muhaemin & Wiliasih, 2016). Dalam perbandingan daya laba terdapat dua perbandingan utama guna menentukan ukuran profitabilitas, yakni *Return On Aset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*, menurut (Yokoyama & Mahardika, 2019) perbandingan yang acap dipergunakan untuk menentukan tingkat laba pada suatu bank hanya ROA (*Return On Aset*).

Bank Indonesia pada umumnya guna menentukan ukuran perbandingan daya laba melalui metode *Return On Aset (ROA)*, perihal ini diakibatkan Bank Indonesia yang berkedudukan sebagai pengawas dalam berjalannya kinerja dari bank yang ada di Indonesia lebih mendahulukan nilai profitabilitas dihitung dari aset mayoritas dananya diambil dari dana yang disimpan oleh masyarakat atau dana pihak ketiga (DPK) (Suwarno & Muthohar, 2018). Besarnya suatu ROA yang di dapat bank, semakin meningkat juga keuntungan yang dapat dicapai oleh bank tersebut. dan

semakin bagus pula posisi dari bank tersebut dalam pengelolaan aset (Widyaningrum & Septiarini, 2015).

Sistematika perumusan perhitungan ROA menurut (Pravasanti, 2018), adalah :

$$ROA = \frac{Laba\ Sebelum\ Pajak}{Total\ Asset} \times 100\%$$

2. Non Performing Financing (NPF)

Rasio NPF adalah gambaran kinerja dari Perbankan Syariah dalam mengakomodir serta menekan resiko pembiayaan yang ada. Kian tingginya perbandingan NPF pada Bank Syariah menandakan bahwa kredit macet yang disampaikan kian tingginya atau mungkin manajemen bank tersebut cukup buruk. Sebaliknya, ketika perbandingan NPF kian kecil, berarti menandakan daya kerja bank selama mengelola pendanaan yang ada sudah cukup baik (Sumarlin, 2016).

Pembiayaan yang di berikan oleh bank syariah, tentunya memiliki suatu resiko untuk ada nya pembiayaan bermasalah, hal itu dapat disebabkan oleh faktor integritas nasabah, dan terjadinya pembiayaan yang bermasalah dapat disebabkan pula oleh faktor lain nya, yakni aspek pemasaran dan peraturan keuangan untuk faktor internal, sedangkan untuk faktor dari luar nya ialah peraturan dari pemerintah (Tiara Putri et al., 2019).

Bank Syariah dalam menjalankan suatu pembiayaan pasti akan dihadapkan pada resiko, resiko ini adalah *NPF*, di mana *NPF* berpengaruh sangat penting terhadap modal dalam usaha perbankan syariah itu sendiri, dalam aspek yang telah ditentukan oleh Bank Indonesia kategori yang dimasukkan ke *NPF*, yaitu pemberian dana yang mengalami

ketidاكلancaran (golongan III), di ragukan (golongan IV), dan macet (golongan V) (Mahmudah & Harjanti, 2016).

Jika suatu bank syariah *NPF* nya memiliki nilai di atas 5%, berarti sudah dipastikan Bank Syariah itu tidaklah sehat, karena dengan tingginya *NPF* akan mengakibatkan bank syariah tersebut bakal menekan pengiriman kredit. Dan jika hal ini muncul, berarti bakal mengakibatkan bank syariah berpeluang merugi sebab jumlah kreditnya cukup besar dan menyebabkan bank harus merugi terkait kegiatan operasional usahanya (Nuha & Mulazid, 2018).

Menurut (Turmudi, 2016) ada beberapa upaya yang dapat dilakukan bank dalam mengurangi angka *NPF*, adalah sebagai berikut:

- a. Bank harus menetapkan suatu penilaian yang bersifat independen dan berkelanjutan secara menerus terhadap efektifitas penerapan suatu proses manajemen.
- b. Bank juga harus meninjau bahwa transaksi pembiayaan telah dikelola secara keseluruhan dan merata, dan harus tetap konsisten dengan kemampuan yang dimiliki untuk memenuhi standar kehati-hatian.
- c. Bank harus membuat suatu peraturan atau mekanisme tambahan dalam pengelolaan penanganan bermasalah.

Penulisan rumus dalam pencarian *NPF* yang ada menurut (Pravasanti, 2018) adalah sebagai berikut :

$$NPF = \frac{\text{Jumlah Pembiayaan Bermasalah}}{\text{Total Pembiayaan}} \times 100\%$$

3. *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Rasio CAR, ialah kesiapan kinerja dari suatu bank untuk menentukan besaran tingkat modal awal bank untuk menunjang kegiatan

bank tersebut yang dapat memberikan resiko selama periode tertentu (Hanafia & Karim, 2020).

CAR merupakan rasio wajib tiap bank yang telah ditentukan dalam KPMM pada bank syariah yakni sejumlah 8%-14%, hal tersebut berlandaskan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 21/POJK.03/2014 perihal KPMM pada BUS, di mana semakin besar permodalan pada suatu bank, kian membesar efek kegiatan perusahaan yang akan di perluaskan oleh bank (Sari & Setyowati, 2017).

Bank yang memiliki CAR yang cukup tinggi dapat menyokong kegiatan operasi dan keberlangsungan hidup suatu bank maupun mencegah segala resiko yang timbul dan akan mempengaruhi profitabilitas suatu bank (Almunawwaroh & Marliana, 2018). Modal adalah faktor terpenting bagi kebutuhan bank dalam pelaksanaan kegiatan usaha nya, serta sebagai bentuk awal suatu bank dalam menarik minat nasabah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat umum kepada bank tersebut (Hanafia & Karim, 2020).

Modal dalam pertumbuhan dan perkembangan suatu bank berperan sangat penting, serta hal tersebut juga salah satu indikator untuk menarik daya minat masyarakat terhadap bank tersebut, sebagaimana dengan modal usaha, modal bank juga diharapkan dapat menjadi salah satu pencegah kerugian atau mungkin kebangkrutan bank jika muncul resiko-resiko kerugian akibat perputaran aktiva yang dilakukan oleh bank tersebut yang mana berasal dari mayoritas pendanaan dari pihak ketiga yang disimpan bank syariah (Adnan et al., 2016).

Sistematika penulisan rumus pencarian CAR menurut lukman dalam (Pravasanti, 2018) adalah :

$$CAR = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{ATMR}} \times 100\%$$

4. *Financing to Deposit Ratio (FDR)*

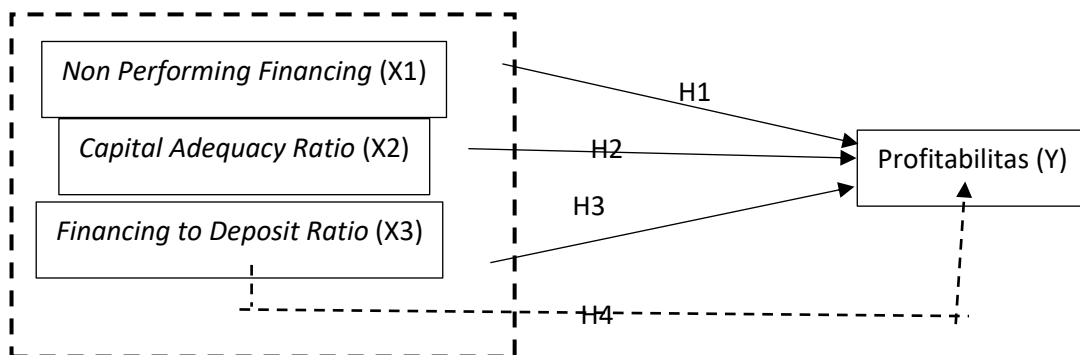
Financing to Deposit Ratio atau FDR adalah jumlah keseluruhan dari penyaluran dana yang disalurkan kepada nasabah bank umum syariah itu sendiri dan juga rasio FDR adalah perbandingan guna menentukan kapabilitas bank syariah selama melakukan pembayaran atau menangani pengambilan dana Kembali yang dilaksanakan oleh nasabah yang dana nya berasal dari penyaluran dana yang diberikan yang menjadikannya sebagai sumber likuiditas nya (Wahyudi, 2020). Semakin tinggi nilai angka FDR yang didapatkan oleh bank umum syariah itu, maka semakin bagus dan masuk kedalam kategori perusahaan yang likuid (Ichsan et al., 2021).

Sesuai penjelasan di peraturan Bank Indonesia No 12/19/PBI/2010, terkait GWM Bank Umum di Indonesia terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) batas aman tingkat FDR dari bank syariah ini adalah 78% hingga 100%, Karena jika bank syariah memiliki nilai FDR lebih dari 100% maka dapat dipastikan bahwa sekiranya bank syariah itu melebihi dari dana pihak ketiga yang telah dihimpun (Azmy, 2018).

Berikut adalah penulisan sistematika perumusan dalam mencari FDR di bank syariah menurut (Pravasanti, 2018) :

$$FDR = \frac{\text{Total Pembiayaan}}{\text{Total dana pihak ketiga}} \times 100\%$$

Sesuai pada tinjauan Pustaka dan penjelasan dari Kajian terdahulu, maka di dapat bentuk hipotesis atau kerangka berfikir pada kajian ini adalah sebagai berikut :



Berikut perkiraan keputusan yang ada pada kajian ini, ialah sebagai berikut :

H₁ : *Net Performing Financing (NPF)* mempengaruhi secara bermakna bagi Profitabilitas BUS.

H₂ : *Capital Adequacy Ratio (CAR)* mempengaruhi secara bermakna bagi Profitabilitas BUS.

H₃ : *Financing to Deposit Ratio (FDR)* mempengaruhi secara bermakna bagi Profitabilitas BUS.

H₄ : Variabel *NPF*, *CAR*, dan *FDR* bersamaan turut mempengaruhi variabel Profitabilitas secara simultan.

C. Metode Penelitian

Pada kajian berikut, penulis menggunakan pendekatan secara kuantitatif, dan menggunakan jenis data sekunder dalam kajian ini. Data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara tak langsung, diperoleh dari pihak tertentu yang telah mengumpulkan atau memperoleh data tersebut (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Untuk sampel dalam kajian ini ialah 12 Bank Umum Syariah yang ada di Indonesia. Sebagian besar dari wilayah atau kumpulan populasi yang diambil oleh peneliti dengan ketentuan dan kriteria-kriteria tertentu kemudian ditarik atau diambil kesimpulan.

Dalam kajian ini menggunakan metode *purposive sampling*, *purposive* sampling ialah pemilihan sampel dalam penelitian yang didasarkan atas ciri-ciri ataupun suatu sifat tertentu yang sekiranya mempunyai timbal balik dengan populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Sebanyak 12 BUS yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Bank Muamalat, Bank BCA Syariah, BJB Syariah, Bank BNI Syariah, bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank BTPN Syariah, Bank Bukopin Syariah, Bank Mega Syariah, Bank NTB Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, Bank Victoria Syariah.

1. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

- Uji Regresi Data Panel

Uji regresi data panel adalah uji regresi di laksanakan sebab data di penelitian ini adalah percampuran antara data *time series* dengan data *cross section*, dan diakomodasi kedalam bentuk model yang baik terkait variabel-variabel *time series* maupun *cross section* (Pandoyo & Sofyan, 2018). Dalam penggunaan data panel terdapat beberapa kelebihan, yaitu :

- a. Penarikan kesimpulan yang lebih tepat dari model parameter. Hal ini karena data panel memiliki tingkat derajat bebas dan jumlah sampel yang lebih banyak ketimbang data *cross section* ataupun data *time series*, oleh karena itu nilai efisiensi estimasi dalam ekonometrika akan bertambah.
- b. Dapat menjelaskan informasi perihal kerumitan dari perilaku manusia dibanding sekadar mempergunakan data *cross section* saja atau pun data *time series* saja.
- c. Dapat membuat kesederhanaan perhitungan dan penarikan kesimpulan statistik, karena data panel melibatkan 2 jenis model data yakni data

cross section beserta data *time series* dan ketersediaan data yang lebih luas bisa mempermudah perhitungan dan penarikan kesimpulan data.

Terdapat beberapa pendekatan dalam uji regresi data panel menurut (Pandoyo & Sofyan, 2018) yakni *Common Effect Model (CEM)*, *Fixed Effect Model (FEM)*, dan *Random Effect Model (REM)*.

- a. CEM adalah pendugaan yang menyatukan (*pooled*) seluruh data melalui *cross section* dan data *time series* dengan menggunakan pendekatan PLS (*Pooled Least Square*) untuk menduga ukuran nya. Lalu berikut adalah model data panel dari pendekatan PLS :

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 X_{3it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \mu_{it}$$

- b. *Fixed Effect Model* adalah pendekatan yang memperhitungkan jika peneliti kedepan nya mengalami masalah *omitted variables* di mana permasalahan itu dapat memicu perubahan terhadap *intercept time series* dan *cross section*. Lalu model *FEM* ini menambahkan *dummy variables* guna memperoleh perubahan intercept itu. Lalu berikut adalah model data panel dari pendekatan *FEM* :

$$Y_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 D_2 + \dots + \alpha_n D_n + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \mu_{it}$$

- c. *Random Effect Model* adalah pendekatan model untuk melihat variasi dari estimasi model *generalized least square (GLS)* dan juga guna mengevaluasi efisiensi tahap least square dengan memasukkan perhitungan error dari data *time series* dan data *cross section*. Berikut model data panel dari pendekatan *REM*:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \varepsilon_{it} + \mu_{it}$$

Setelah dijelaskan dari ketiga pendekatan model dari regresi data panel, ada di uji yang dapat dilaksanakan guna mendapat model terbaik bagi penelitian ini, pendekatan yang paling kerap dimanfaatkan guna

mempertimbangkan parameter model data panel adalah pendekatan model CEM dan REM, sedangkan guna menetapkan prosedur antara *Pooled Least Square* dengan *Fixed Effect Model* terdapat beberapa uji yang dapat dilakukan (Pandoyo & Sofyan, 2018), diantaranya adalah :

- a. Uji F Chow atau biasa disebut dengan Uji F *Restricted* adalah uji dengan membandingkan model yang cocok diantara *Pooled Least Square (PLS)* dengan *Fixed Effect Model (FEM)*. Lalu untuk hasil perhitungan *F test* dengan *F restricted* adalah cara untuk membandingkan model estimasi PLS tanpa *variabel dummy* dengan metode FEM. Berikut merupakan rumus dari *Uji F Restricted* sebagai berikut :

$$F = \frac{(R_{ur}^2 - R_r^2)/(m)}{(1 - R_{ur}^2)/(n - k)} \quad (8)$$

Keterangan:

- R_r^2 = R^2 Model *Pooled Least Square (PLS)*
- R_{ur}^2 = R^2 Model *Fixed Effect Model (FEM)*
- m = Jumlah variabel *restricted*
- n = Jumlah Sampel
- k = Jumlah Variabel Penjelas

Hipotesis dalam uji F *Restricted* ini adalah sebagai berikut :

H_0 : Metode *Pooled Least Square (Restricted)*

H_1 : Metode *Fixed Effect Model (Unrestricted)*

Jika mendapatkan hasil nilai F dengan tingkat alpha (α) sebesar 5%, berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa tolak H_0 terima H_1 karena F hitung $>$ F tabel, dan dapat menggunakan model FEM untuk model penelitian ini. Atau dapat dengan melihat hasil output jika probabilitas dari *cross section* F lebih kecil ketimbang tingkat alpha yang sudah ditetapkan, berarti hasilnya tolak H_0 terima H_1 maka Metode FEM yang

terpilih, namun jika probabilitas *cross section* F lebih besar ketimbang tingkat alpha maka Metode CEM yang terpilih.

- b. Uji Hausman dilakukan untuk menentukan antara metode *Fixed Effect Model* dengan metode *Random Effect Model*. Untuk hipotesis dalam uji ini adalah :

H_0 : Metode *Fixed Effect Model*

H_1 : Metode *Random Effect Model*

Bila hasil output nilai dari Probabilitas *Cross Section Random* lebih besar ketimbang tingkat alpha (α) 5% maka tolak H_0 terima H_1 , maka metode REM dapat digunakan dalam penelitian ini, namun bila nilai probabilitas lebih kecil ketimbang tingkat alpha (α) tertentu berarti terima H_0 tolak H_1 , maka model yang terbaik dalam penelitian ini adalah metode FEM.

- c. Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk menentukan antara model *Random Effect Model* dengan model *Pooled Least Square*. Untuk Hipotesis dalam uji ini adalah :

H_0 : Metode *Pooled Least Square*

H_1 : Metode *Random Effect Model*

Bila hasil output nilai probabilitas Breusch-Pagan lebih kecil ketimbang tingkat alpha (α) 5% berarti tolak H_0 terima H_1 , maka model terbaik dalam penelitian ini adalah metode REM (Suryani & Sri Fajaryani, 2018).

- Uji t (Parsial)

Uji parsial (uji t) adalah uji statistic yang guna koefisien regresi di mana dari keseluruhan koefisien regresi hanya satu atau lebih koefisien yang mempengaruhi nilai variabel Y atau variabel dependen, dengan

penghitungan ini derajat penerimaan (α) sejumlah 5% atau 0.05 (Mertha Jaya, 2020).

- Uji f (Simultan)

Uji simultan (uji f) adalah uji statistic guna koefisien regresi secara bersamaan mempengaruhi nilai variabel Y atau variabel dependen dengan penghitungan ini derajat penerimaan (α) sejumlah 5% atau 0.05. (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Terlebih terdahulu mencari F tabel, yakni (df pembilang = k (banyaknya variabel), dan df penyebut = n (banyaknya sampel) -k-1). Dengan perkiraan sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi secara bersamaan terhadap variabel Y

H_1 : Variabel independen secara simultan mempengaruhi secara bersamaan terhadap variabel Y

Dengan perhitungan, jikalau F hitung \geq F tabel, atau nilai sig. \leq derajat penerimaan, maka tolak H_0 , tetapi tidak dengan hal sebaliknya, jikalau F hitung \leq F tabel, atau nilai sig. \geq derajat penerimaan, maka terima H_0 .

- Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinan adalah alat uji guna menentukan berapakah besarnya tingkat pengaruh variabel X pada variabel Y, tingkat determinasi di kisaran 0 sampai 1, lalu variasi variabel terikat dapat disebut sedikit bila nilai R^2 yang didapatkan itu kecil, dan jika nilai variabel yang mendekati ke angka satu berarti variabel bebas bisa menjelaskan informasi yang dapat digunakan agar dapat menentukan variabel terikat (Rachmat & Komariah, 2017).

D. Hasil dan Pembahasan

Pada kajian berikut, peneliti mem pergunakan sampel dari Laporan tahunan 12 BUS yang ada di Indonesia. Di bantu dengan aplikasi pengolahan, *E-views 9*.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.
Statistik Deskriptif

	Profitabilitas	NPF	CAR	FDR
Rerata	0,010492	0,039471	0,218208	0,863067
Maksimal	0,1221	0,2204	0,446	1,0066
Minimal	-0,113	0,0032	0,1151	0,655
Std.Dev	0,037241	0,040969	0,081399	0,081866
Pengamatan	48	48	48	48

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai rerata Profitabilitas dalam Kajian ini adalah sebesar 0,010492 dan memiliki Std.Dev sebesar 0,037241, menandakan bahwa terjadi kesenjangan cukup jauh antara Profitabilitas tertinggi dengan Profitabilitas terendah.

Untuk nilai rerata NPF dalam kajian ini adalah sebesar 0,039471 dan memilik Std.Dev sebesar 0,040969, menandakan bahwa terjadi kesenjangan cukup jauh antara NPF tertinggi dengan NPF terendah.

Untuk nilai rerata CAR dalam kajian ini adalah sebesar 0,218208 dan memilik Std.Dev sebesar 0,081399, menandakan bahwa terjadi kesenjangan cukup jauh antara CAR tertinggi dengan CAR terendah.

Untuk nilai rerata FDR dalam kajian ini adalah sebesar 0,863067 dan memilik Std.Dev sebesar 0,081866, menandakan bahwa

terjadi kesenjangan cukup jauh antara CAR tertinggi dengan CAR terendah.

2. Analisis Regresi Data Panel

- **Uji Chow (*F-Restricted*)**

Uji ini di adakan untuk memperbandingkan model *Common Effect* terhadap model *Fixed Effect*.

Tabel 2. Uji F *Restricted*

Tes Efek	Nilai Probabilita
<i>Cross-Section F</i>	0,0000

Sumber: *Data diolah*

Sesuai pada tabel 2, angka prob. dari *Cross Section F* pada Kajian ini adalah sebesar $0,0000 < 0,05$. Keputusan nya model yang cocok untuk digunakan dalam Kajian ini antara *CEM* dan *FEM* adalah *FEM*.

- **Uji *Hausman***

Uji ini di adakan untuk memperbandingkan model *Fixed Effect* terhadap model *Random Effect*.

Tabel 3. Uji Hausman

Hasil Tes	Hasil Probabilita
<i>Cross Section Random</i>	0,8640

Sumber: *Data diolah*

Sesuai tabel 3, angka prob. dari *Cross Section random* pada kajian ini ialah sebesar $0.8640 > 0,05$. Keputusan nya model yang cocok dalam Kajian ini adalah model REM.

- **Uji *Lagrange Multiplier***

Uji ini di adakan untuk mem perbandingkan *Random Effect Model* terhadap *Common Effect Model*.

Tabel 4. Uji *Lagrange Multiplier*

	Tes Hipotesis		
	Cross Section	Time Series	Both
<i>Breusch-Pagan</i>	0,0000	0,1501	0,0000

Sumber: Data diolah

Sesuai dengan tabel berikut, angka prob. Breusch-Pagan secara menyeluruh pada Kajian ini, ialah $0,0000 < 0,05$, maka dapat dijelaskan bentuk model yang cocok dalam kajian berikut adalah model REM.

Tabel 5. Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.010031	0.030520	0.328674	0.7440
NPF	-0.537220	0.065865	-8.156379	0.0000
CAR	0.146719	0.045429	3.229605	0.0023
FDR	-0.011989	0.032972	-0.363606	0.7179

Di dapat lah model yang cocok untuk kajian ini, Untuk bentuk model regresi dalam kajian ini ialah, sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas} = 0,010031 - 0,537220 (\text{NPF})_{it} + 0,146719 (\text{CAR})_{it} - 0,011989 (\text{FDR})_{it} + \varepsilon_{it}$$

- Berdasarkan nilai konstanta sebesar 0,010031, memiliki makna bahwasannya bahwa jika angka NPF, CAR, dan FDR diasumsikan konstan atau hasilnya adalah 0, maka ternilai pada Profitabilitas adalah sejumlah 0,010031.
- NPF terdapat koefisien reg. dengan besaran nilai sebesar (-0,537220), ini artinya apabila nilai NPF meningkatnya sebanyak 1 (diasumsikan

bahwa koefisien dari variabel lain bersifat tidak terganggu) maka nilai NPF akan menurun sebesar 0,537220. Hal ini ditinjau dari koefisien memiliki nilai bersifat negatif, artinya kandungan antara NPF dengan Profitabilitas, terdapat keterkaitan secara negatif.

- CAR terdapat koefisien regresi dengan besaran nilai banyak nya 0,146719 dengan ini artinya apabila nilai CAR meningkatnya sebanyak 1 (diasumsikan bahwa koefisien dari variabel lain bersifat tidak terganggu) maka nilai CAR akan membesar sejumlah 0,146719. Hal ini ditinjau dari koefisien memiliki nilai bersifat positif, memiliki kandungan yakni hubungan antara CAR dengan Profitabilitas, terdapat keterkaitan secara positif.
- FDR terdapat koefisien regresi dengan besaran nilai sebesar (-0,011989) dengan ini, apabila nilai FDR meningkatnya sebanyak 1 (diasumsikan bahwa koefisien dari variabel lain bersifat tidak terganggu) maka nilai FDR akan menurun sebesar 0,011989. Hal ini ditinjau dari koefisien regresi memiliki hasil yang bersifat negatif, artinya hubungan oleh FDR dengan Profitabilitas memiliki keterkaitan secara negatif.

3. Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel 5 tersebut adalah hasil olahan data statistic, oleh karena nya dapat dilihat makna dari tiap-tiap variabel independent terhadap var. dependent secara parsial, berikut ini:

Uji t (Parsial)

1. Pengaruh NPF terhadap Profitabilitas

Ditinjau dari hasil analisis tabel 5 di atas, maka didapatkan bahwa NPF memperlihatkan dengan tingkat derajat kesalahan,

sebesar $0,0000 < 0,05$ dengan koefisien reg, sebesar angka nilai $-0,537220$ dan besaran $t_{hitung} >$ daripada t_{tabel} yakni $-8.156379 > -2,01669$ dengan, $df : 48-4-1 = 43$ dan tingkat derajat kesalahan adalah 5%. Keputusan nya ialah konstruk NPF secara parsial memengaruhi dan bermakna terhadap terhadap Profitabilitas. Lalu berdasarkan persamaan regresi yang ada bahwasanya koefisien regresi untuk variabel NPF bersifat negatif ($-0,537220$), sehingga dapat dipastikan bahwasanya pengaruh yang didapat untuk profitabilitas ialah negatif. Perihal ini mengandung makna yang berarti bahwasanya semakin besar angka NPF BUS, maka semakin kecil juga angka profitabilitas BUS, begitu pun dengan sebaliknya semakin kecil nilai NPF maka semakin besar Profitabilitas dari BUS.

2. Pengaruh CAR terhadap Profitabilitas

Ditinjau dari hasil analisis tabel 5, maka di dapatkan bahwasanya CAR mem perlihatkan dengan tingkat derajat kesalahan, sebesar $0,0023 < 0,05$ dan koefisien reg, sebesar $0,146719$ dan angka t_{hitung} lebih tinggi dari angka t_{tabel} yakni $3,229605 > 2,01669$ dengan $df : 48-4-1 = 43$ dan tingkat bermaknasi adalah 5%. Keputusan nya ialah konstruk CAR secara parsial memengaruhi dan bermakna. Dan berdasar koefisien reg. yang telah dianalisa untuk variabel CAR bernilai positif ($0,146719$). Kondisi ini menandakan semakin tingginya angka CAR, maka semakin besar juga profitabilitas BUS, dan juga sebaliknya jika nilai CAR semakin rendah maka semakin rendah pula Profitabilitas dari BUS.

3. Pengaruh FDR terhadap Profitabilitas

Ditinjau dari adanya tabel 18, diperoleh bahwasanya angka dari konstruk FDR menunjukkan dengan tingkat derajat kesalahan, sebesar $0,7179 > 0,05$ dengan koefisien reg. sebesar -0.011989 dan angka t hitung lebih tinggi dari angka t tabel yakni $-0,363606 < -2,01669$ dengan $df : 48-4-1 = 43$, dengan tingkat bermaknasi 5%, keputusan nya ialah bahwasanya variabel FDR secara parsial tidak memengaruhi terhadap profitabilitas. Dan melihat dari adanya nilai koefisien regresi yang telah ditinjau untuk variabel FDR bernilai negatif (-0.011989), maka kondisi ini mengandung makna bahwasanya jika semakin tinggi FDR pada suatu BUS, maka akan semakin kecil profitabilitas BUS dan sebaliknya, jika semakin rendah FDR BUS, maka semakin tinggi profitabilitas Bank Umum Syariah.

- **Uji f**

Dari tabel 5, menunjukkan bahwa nilai F-Statistik adalah dengan nilai 29,74613 dengan nilai dari F tabel, $df1:(k)$, dan $df2:(n-k-1)$ yang berarti $df1:(4)$, lalu $df2:(48-4-1) = 43$ adalah 2,59, yang memiliki artian bahwa F Statistik memiliki angka lebih tinggi dari f_{Tabel} . Dan dapat ditinjau juga dari Probabilita (F-Statistic), sebesar 0,000000. Perihal tersebut menandakan bahwa besaran prob. lebih rendah daripada 0,05. Dalam hasil uji simultan ini dapat ditarik kesimpulan bahwasanya konstruk NPF, CAR, dan FDR bersamaan turut memengaruhi pada Profitabilitas Bank Umum Syariah.

- **Uji Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinan atau biasa dijelaskan dengan *R-Squared* dilakukan untuk dapat memperkirakan porsi variabel

dependent yakni profitabilitas yang dapat dijelaskan oleh variabel independent, yakni NPF, CAR, serta FDR. Ciri-ciri dari uji ini adalah apabila koefisien determinannya semakin besar maka pengaruh variabel independent dalam menjelaskan variasi dari variabel dependent pun semakin besar.

Berdasar tabel 5 yang telah ditinjau bahwa keputusan dari *R-Squared* dari hasil uji R^2 adalah dengan angka nilai 0,667667 atau sebesar 66,8%. Angka ini menjelaskan kondisi bahwa sebesar 66,8%, Variabel NPF, CAR dan FDR sekiranya memengaruhi variabel dependen yakni variabel Profitabilitas. Sedangkan untuk sisanya 33,2% dapat dijelaskan dan dipengaruhi oleh perihal lainnya yang tidak dicantumkan dalam kajian ini.

Pembahasan

Pada kajian ini, secara parsial NPF mempengaruhi secara negatif dan bermakna terhadap Profitabilitas, di mana jika NPF mengalami kenaikan maka Profitabilitas yang didapatkan dari Bank Umum Syariah mengalami penurunan, begitupun dengan hal lainnya, jika nilai NPF mengalami penyusutan, akan menyebabkan profitabilitas dari BUS akan mengalami kenaikan. Pada dasarnya dalam hal pembiayaan yang diberikan oleh bank syaria'ah itu memiliki resiko yang cukup besar dalam perihal kerugian yang akan terjadi semasa pembiayaan itu berjalan, lalu akan menurunkan laba atau keuntungan untuk bank syariah tersebut, karena prinsip yang dijalankan sesuai dengan namanya yang merupakan prinsip bagi hasil (Nuha & Mulazid, 2018).

Hasil kajian ini didukung oleh kajian yang dilakukan (Almunawwaroh & Marlina, 2018), (Rahmi & Sari, 2019), serta (Siregar,

2020) yang mengemukakan bahwasannya NPF mem punyai pengaruh secara negatif terhadap Profitabilitas BUS., Pada Kajian ini, secara parsial CAR mempengaruhi secara positif serta bermakna terhadap Profitabilitas, dimana jika CAR mengalami kenaikan, Profitabilitas yang didapatkan dari Bank Umum Syariah mengalami kenaikan, begitupun dengan hal lain nya, jikalau CAR mengalami penyusutan, maka Profitabilitas dari BUS akan mengalami peningkatan.

Hal tersebut terjadi karena pihak manajemen dari bank syariah menyiapkan suatu dana modal inti untuk mencegah terjadinya resiko-resiko yang tidak diinginkan selama masa aktiva berjalan bank tersebut, yang akan menyebabkan nilai dari bank syariah tersebut turun. Hasil dalam kajian ini di perkuat oleh kajian yang di lakukan oleh (Nimah & Maguni, 2019), (Suteja & Majidah, 2020), dan (Ichsan et al., 2021) yang menjelaskan bahwasannya CAR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas BUS.

Pada Kajian ini secara parsial, FDR tidak memiliki pengaruh secara bermakna terhadap profitabilitas. Bahwasannya semakin besarnya dpk yang dikumpulkan pada suatu bank syariah maka, akan terjadinya besaran kemampuan suatu bank syariah dalam mensalurkan suatu pembiayaan yang dilakukan, serta dapat melunaskan dana tabungan dan simpanan dana nasabah yang telah sampai pada tanggal pembayaran.

Namun bank syariah juga sekiranya dapat tetap menjaga kestabilan angka FDR nya pada batas bawah sebesar 78% dan maksimal 100% sesuai dengan POJK no 17 pada tahun 2015, perihal ini sejalan dengan uraian yang dikemukakan oleh (Suteja & Majidah, 2020). Hasil dalam kajian ini di perkuat oleh kajian yang dilakukan oleh (Wahyudi, 2020), dan (Suteja & Majidah, 2020) yang menjelaskan bahwasanya FDR tidak terdapat

pengaruh secara bermakna terhadap Profitabilitas BUS. Pada kajian ini, variabel NPF, CAR, dan FDR secara bersamaan turut memengaruhi profitabilitas, dan dari ketiga faktor di dalam kajian ini dapat menjelaskan kandungan dari profitabilitas sebanyak 66,8%.

E. Simpulan Dan Saran

1. Simpulan

Sesuai dengan hasil dari Kajian serta pengujian hipotesis yang dilakukan di atas dengan menggunakan Regresi Data Panel, maka kesimpulan yang didapatkan dari uji diatas ialah Secara parsial factor NPF memengaruhi secara negatif dan bermakna dan faktor CAR memengaruhi secara positif dan bermakna, yang berarti bahwa menurut Kajian ini, bank umum syariah sebisa mungkin untuk memperkecil tingkatan NPF yang ada dan memperhatikan kemampuan nasabah dalam membayar kewajiban pada bank dalam perihal pembiayaan yang diberikan. Dan juga bank umum syariah agar mempersiapkan modal yang cukup besar selain agar mencegah ada nya resiko yang terjadi pada periode berjalan bank, namun juga untuk meningkatkan tingkat profitabilitas pada BUS itu sendiri.

Secara bersamaan, seluruh factor dalam kajian ini, yakni NPF, CAR, dan FDR memengaruhi secara bersamaan terhadap profitabilitas. Walaupun variabel FDR tidak memengaruhi secara parsial terhadap profitabilitas, namun jika variabel FDR diuji bersamaan dengan variabel lain nya dalam Kajian ini, FDR berpengaruh secara tak langsung terhadap variabel profitabilitas. Karena tentunya tingkat likuiditas suatu bank syariah tak lepas andil dari bagian profitabilitas dari bank itu sendiri, dan bank syariah tentunya harus menekan laju dari ekspansi pembiayaan itu sendiri untuk menekan angka dari FDR itu sendiri dengan memperhatikan

beberapa aspek dalam pemberian pembiayaan dan kesiapan dari bank itu sendiri jika terjadi resiko yang membuat angka FDR semakin tinggi.

2. Saran

Bagi peneliti selanjutnya, penulis mengharapkan dapat menambah atau mengganti variabel yang sekiranya dapat mempengaruhi Profitabilitas dari bank umum syariah dengan variabel seperti BOPO, GDP maupun INF dan yang lain nya. Dan juga peneliti ingin memberikan saran untuk populasi serta sampel mungkin untuk tahun pengamatan dapat ditambah lebih lama sehingga dapat menambahkan data sekiranya akan memberikan hasil yang lebih jauh serta akurat kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Ridwan, R., & Fildzah, F. (2016). Pengaruh Ukuran Bank, Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio, dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Penyaluran Kredit Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 3(2), 49–64. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5386>
- Agustiningrum, R. (2016). Analisis Pengaruh Car, Npl, Dan Ldr Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(8), 255030.
- Almunawwaroh, M., & Marlina, R. (2018). Pengaruh Car, Npl Dan Fdr Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3156>
- Azmy, A. (2018). Analisis pengaruh rasio kinerja keuangan terhadap profitabilitas bank pembiayaan rakyat syariah di indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 119–137. <https://doi.org/10.24912/ja.v22i1.326>
- Hakiim, N., & Rafsanjani, H. (2018). Pengaruh Internal Capital Adequency Ratio (Car), Financing To Deposit Ratio (Fdr), Dan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (Bopo) Dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah Di Indonesia. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32833/majem.v7i1.55>
- Hanafia, F., & Karim, A. (2020). Analisis CAR, BOPO, NPF, FDR, NOM, Dan DPK Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Bank Syari'ah Di

- Indonesia. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 36–46.
<https://doi.org/10.30812/target.v2i1.697>
- Ichsan, R. N., Suparmin, S., Yusuf, M., Ismal, R., & Sitompul, S. (2021). Determinant of Sharia Bank's Financial Performance during the Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 298–309. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1594>
- Mahmudah, N., & Harjanti, R. S. (2016). Analisis Capital Adequacy Ratio, Financing to Deposit Ratio, Non Performing Financing, dan Dana Pihak Ketiga terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2011-2013. *Seminar Nasional Iptek Terapan*, 1(1), 134–143.
- Mertha Jaya, I. M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (F. Husaini (ed.); 1 ed.). QUADRANT.
- Muhaemin, A., & Wiliasih, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 180. <https://doi.org/10.30997/jn.v2i1.255>
- Munir, M. (2018). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 89. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.285>
- Nimah, F., & Maguni, W. (2019). The Effect of Financial Ratio (Car, FDR, NPF and BOPO) on the Profitability Level in PT Bank Muamalat Indonesia TBK. *Global Journal of Management and Business Research: C Finance*, 19(7), 22–34.
- Nuha, V. Q. Q., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Npf, Bopo Dan Pembiayaan Bagi Hasil Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. *al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 2(2), 168. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n2.p168-182>
- Pandoyo, D., & Sofyan, M. (2018). *Metodologi Penelitian Keuangan Dan Bisnis* (1 ed.). IN MEDIA.
- Pravasanti, Y. A. (2018). Pengaruh NPF dan FDR Terhadap CAR dan Dampaknya Terhadap ROA Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(03), 148. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i03.302>
- Rachmat, A. B., & Komariah, E. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Periode 2010-2015. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(1), 17–34.
- Rahmi, M., & Sari, R. (2019). *Risk-Based Bank Ratio On Profitability Of Sharia Banking*. 17(2).

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (1 ed.). Deepublish.
- Sari, R. P., & Setyowati, T. (2017). Capital Adequacy Ratio dan Beban Operasional Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 1(1), 26–34. https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp26-34
- Siregar, P. A. (2020). Risiko Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *At-Tawassuth : Jurnal Ekonomi Islam*, 5, 120–141.
- Sumarlin. (2016). Analisis Pengaruh Inflasi, Car, Fdr, Bopo, Dan Npf Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Sumarlin. *Assets*, 6(36).
- Suryani, E., & Sri Fajaryani, N. luh G. (2018). Struktur Modal , Likuiditas , dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(2), 74–79.
- Suteja, G. I., & Majidah. (2020). Pengaruh CAR, FDR, NPF, Gearing Ratio dan Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi*, 16, 210–220.
- Suwarno, R. C., & Muthohar, A. M. (2018). Analisis Pengaruh NPF, FDR, BOPO, CAR, dan GCG terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2013-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(1), 94. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i1.3699>
- Tiara Putri, A., Yuliana, S., & Yulianita, A. (2019). Dana pihak ketiga, Inflasi dan Pembiayaan Mudharabah terhadap Non Performing Financing pada Bank Islam di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(2), 74–80. <https://doi.org/10.29259/jep.v16i2.8883>
- Turmudi, M. (2016). Manajemen Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah pada Lembaga Perbankan. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1, 56–74.
- Wahyudi, R. (2020). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR, BOPO dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19. *At-Taqaddum*, 12(1), 13. <https://doi.org/10.21580/at.v12i1.6093>
- Widyaningrum, L., & Septiarini, D. F. (2015). Pengaruh CAR, NPF, FDR, dan OER, Terhadap ROA Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia Periode Januari 2009 Hingga Mei 2014. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(12), 970. <https://doi.org/10.20473/vol2iss201512pp970-985>
- Yokoyama, E. P., & Mahardika, D. P. K. (2019). Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Return On Asset (ROA), Dan Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR) (Studi Kasus

pada Bank Umum Syariah di Indonesia yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada Periode 2013–2017). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 28–44.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss2.pp>

REFLEKSI SIFAT RASULULLAH DALAM ETIKA PROFESSIONAL AKUNTAN INDONESIA

Tamara Firdaus Basyir¹, Debby Ratna Daniel², Zahro Naimah³

^{1,2,3}Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Airlangga, Surabaya

Email Korespondensi : tamara.firdaus.basyir-2020@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2011 tentang Akuntan publik telah menyatakan bahwa akuntan publik harus melakukan tugasnya sesuai dengan prinsip dasar etika profesi. Agama merupakan sumber pedoman untuk mengetahui atau membedakan yang baik dan buruk karena Tuhan merupakan otoritas tertinggi dalam menentukan baik dan buruk. Rasulullah Muhammad SAW. merupakan pemimpin yang menjadi suri tauladan dikaruniai sifat-sifat terpuji. Sifat Rasulullah merupakan cerminan manusia yang beretika dan beradab dalam Islam. Sehingga artikel ini bertujuan untuk merefleksikan sifat-sifat Rasulullah ke dalam etika profesional akuntan publik menggunakan metode *library research*. Hasilnya adalah lima sifat Rasulullah tercermin dalam kode etik IAI yang pertama *Shiddiq* (jujur) tercermin dalam prinsip dasar integritas. Kedua, *Amanah* (dapat dipercaya) tercermin dalam prinsip dasar perilaku profesional dan kerahasiaan. Ketiga, *tabligh* (menyampaikan) tidak terlihat dalam prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia. Keempat, *fathanah* (cerdas) terlihat dalam prinsip dasar kehati-hatian dan kompetensi profesional. Kelima, *istiqmah* (konsisten) terlihat dalam prinsip objektivitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sifat Rasulullah Saw. Sejalan dengan prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia dan sifat *tabligh* merupakan pelengkap yang sangat penting ada dalam sifat setiap akuntan khususnya yang beragama islam.

Kata Kunci: Etika, Etika Islam, Kode Etik Akuntan Profesional, Nabi Muhammad Saw.

A. Pendahuluan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Akuntan Publik (2011) menyatakan bahwa akuntan publik dalam

menjalankan tugas profesionalnya harus melakukan semua kewajibannya dengan patuh kepada prinsip dasar etika profesi. Oleh karena itu, seorang akuntan menjalankan profesinya dengan mengikuti kode etik akuntan Indonesia yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) berkolaborasi dengan IAPI dan IAMI.

Akuntan bertanggung jawab untuk melakukan tugasnya berdasarkan kepentingan publik. Dalam Kode etik akuntan Indonesia juga diatur pengawasan atas implementasi dari kode etik tersebut. Dengan keberadaan kode etik akuntan Indonesia ini diharapkan kegiatan akuntan profesional dapat menjadi landasan bagi akuntan dalam menjalankan tugas profesionalnya sehingga dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran yang disebabkan oleh akuntan (Kode Etik Akuntan Indonesia, 2020).

Namun, banyak kasus yang menimpa akuntan profesional di Indonesia, salah satu kasus yang sedang banyak dibicarakan sekarang ini adalah kasus jiwasraya. Kasus jiwasraya melibatkan akuntan publik Pricewaterhouse (PwC) dimana dalam kasus tersebut PwC dinilai tidak mampu mendeteksi *fraud* yang terjadi dalam laporan keuangan sehingga banyak pihak yang dirugikan karena kasus ini seperti masyarakat yang kehilangan dana pensiun. Kasus lainnya yang hangat diberitakan adalah kasus Garuda Indonesia, dalam kasus ini akuntan publik terbukti melanggar standar audit karena lalai menilai transaksi dalam rangka memilih perlakuan akuntansi. Sehingga, KAP dan AP yang mengaudit laporan keuangan Garuda Indonesia dikenakan sanksi. Fenomena ini menandakan bahwa meskipun akuntan merupakan orang yang memiliki pengetahuan di atas standar orang awam dan sudah adanya regulasi yang mengatur, masih bisa terjadi pelanggaran-pelanggaran. Sehingga menarik untuk ditelaah lebih lanjut prinsip dasar etika melalui pendekatan selain prinsip dasar etika

yang dirumuskan oleh IAI bersama IAMI dan IAPI yaitu melalui pendekatan spiritualitas.

Etika tidak bisa lepas dari moral yang erat kaitannya dengan agama. Moral seseorang bergantung pada ajaran agama dan budaya yang dimiliki oleh pribadi seseorang. Setiap agama telah mengajarkan pada pengikutnya untuk memiliki moral yang baik. Jadi, moral merupakan sesuatu yang baik dan terpuji sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi kedua belah pihak yang terlibat (Sirajudin, 2013). Agama apapun, semua agama pasti mengajarkan kepada kebenaran dan kebaikan dalam berperilaku dengan sesama umat manusia. Agama memang ada untuk membangun kemaslahatan dan memberikan manfaat bagi manusia (Fauzi, 2019). Maka dari itu, orang yang beragama seharusnya memiliki perilaku yang baik. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Penduduk muslim di Indonesia mencapai 87,18% yaitu sebanyak 207 juta jiwa dari populasi atau 238 juta jiwa.

Etika dalam islam biasanya dikenal dengan kata *akhlaq* yang diadopsi ke dalam Bahasa Indonesia menjadi akhlak. Akhlak sendiri berasal dari Bahasa Arab yang memiliki arti kata “budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat”. Akhlak bersifat universal karena berasal dari ajaran agama, wahyu Allah SWT yang yang ditujukan untuk seluruh umat manusia apapun ras, suku dan bangsa mereka (Djakfar, 2019). Agama islam memiliki posisi yang penting dalam etika karena akhlak dibentuk dengan keadaan jiwa yang terlatih mengemban amanat agama sehingga dalam jiwa tersebut akan melekat dengan benar sifat-sifat yang melahirkan perbuatan yang baik. (Ipandang, 2017). Semua sisi kehidupan umat muslim tidak lepas dari ajaran akhlak termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis yang tidak perlu diragukan keabsahannya dan kebenarannya (Djakfar, 2019).

Akhlak didasarkan pada al-Quran dan Hadist. Alquran merupakan kado dari Allah untuk manusia yang tak memiliki pembeda. Kado ini selalu dapat memberikan berbagai solusi kehidupan yang mengikuti perkembangan jaman. Alquran menyampaikan solusi dengan indah termasuk mengenai etika yang harus dipatuhi oleh setiap manusia (Alwi, 2015). Alquran memberikan alternatif perilaku yang baik bagi manusia dalam menjalankan bisnis (Handayani, 2018).

Dalam al- Quran akan ditemukan kata *khuluq* yang merupakan asal kata dari akhlak dan tercantum dalam Surah Al- Qalam (68:4):

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya : *dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti luhur.*

Dalam tafsir Ibnu Katsir kata kamu merujuk pada Rasulullah saw. Rasulullah saw. merupakan utusan Allah SWT yang bertugas menyebarkan agama islam untuk memperbaiki akhlak manusia. Rasulullah merupakan tauladan bagi manusia dalam bersikap dalam kehidupan, sebagaimana dalam surah Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi: *Laqad kāna lakum fī rasūlillāhi uswatun ḥasanatul limang kāna yarjullāha wal-yaumal-ākhirā wa żakarallāha kaşīrā* Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”. Rasulullah Muhammad saw. merupakan pemimpin yang menjadi suri tauladan dikaruniai lima sifat utama, yaitu: *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tablig* (menyampaikan) dan *Fathanah* (cerdas) dan *istiqmah* (konsisten). Sifat Rasulullah merupakan cerminan manusia yang beretika dan beradab dalam Islam (Azis, 2020).

Penelitian sebelumnya telah menelaah bagaimana etika bisnis dalam Islam, oleh karena itu, artikel ini mencoba menelaah lebih dalam dan spesifik pada pentingnya etika dalam profesi akuntansi dengan pendekatan

spiritualitas berbasis agama Islam. Ini dikarenakan agama islam merupakan agama mayoritas di Indonesia dan juga agama yang mengatur etika dari semua aspek kehidupan mulai tata cara bangun tidur hingga kembali. Artikel ini merefleksikan sifat-sifat Rasulullah ke dalam etika profesional akuntan publik. Rasulullah merupakan nabi terakhir sebagai panutan umat Islam dan memiliki lima sifat yang harus diteladani.

Hasilnya adalah lima sifat Rasulullah tercermin dalam kode etik IAI yang pertama *Shiddiq* (jujur) tercermin dalam prinsip dasar integritas. Kedua, *Amanah* (dapat dipercaya) tercermin dalam prinsip dasar perilaku professional dan kerahasiaan. Ketiga, *tabligh* (menyampaikan) tidak terlihat dalam prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia. Keempat, *fathanah* (cerdas) terlihat dalam prinsip dasar kehati-hatian dan kompetensi professional. Kelima, *istiqmah* (konsisten) terlihat dalam prinsip objektivitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sifat Rasulullah Saw. Sejalan dengan prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia dan sifat *tabligh* merupakan pelengkap yang sangat penting ada dalam sifat setiap akuntan khususnya yang beragama islam.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur bagi akuntan muslim tentang bagaimana Islam mengatur perilaku professional akuntan publik. Sehingga, dapat menjadi acuan akuntan profesional muslim dalam untuk menjaga integritas dan independensinya sehingga pelanggaran-pelanggaran akuntansi dapat diminimalisir.

B. Tinjauan Teoritis

Etika, Moral, dan Akhlak

Etika, moral, akhlak memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Pengertian etika, moral dan akhlak sangat mirip karena ketiganya berarti sebuah perilaku yang baik. Oleh karena itu

selanjutnya akan dijelaskan pengertian etika, moral, dan akhlak serta keterkaitan antara ketiganya.

Etika berasal dari Bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang artinya adat, kebiasaan. Sehingga dapat diartikan bahwa Etika adalah ilmu tentang adat kebiasaan atau tentang apa yang bisa dilakukan. Etika sangat dekat dengan moral yang dalam Bahasa Latin juga berarti kebiasaan atau adat. Sehingga, etimologi etika sama dengan moral hanya Bahasa asalnya saja yang berbeda (Bertens, 2007). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak)”.

Etika dalam islam biasanya dikenal dengan kata *akhlaq* yang diadopsi ke dalam Bahasa Indonesia menjadi akhlak. Akhlak sendiri berasal dari Bahasa Arab yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Akhlak bersifat universal karena berasal dari ajaran agama, wahyu Allah SWT yang yang ditujukan untuk seluruh umat manusia apapun ras, suku dan bangsa mereka (Djakfar, 2019). Akhlak didasarkan pada al-Quran dan Hadist. Alquran merupakan kado dari Allah untuk manusia yang tak memiliki pembanding. Kado ini selalu dapat memberikan berbagai solusi kehidupan yang mengikuti perkembangan jaman. Alquran menyampaikan solusi dengan indah termasuk mengenai etika yang harus dipatuhi oleh setiap manusia (Alwi, 2015). Alquran memberikan alternatif perilaku yang baik bagi manusia dalam menjalankan bisnis (Handayani, 2018).

Jika dilihat dari pengertian etika, moral dan akhlak sepertinya memiliki arti yang sama. Apalagi ketiganya terdengar sangat akrab sehingga orang awam biasanya sulit membedakan antara ketiganya. Kendati ketiga kata tersebut sama, menurut Djakfar (2019) kata tersebut memiliki perbedaan yang mendasar yaitu perbedaan tolok ukur. Sudah

sangat jelas bahwa akhlak berasal dari agama yang menjadikan al-quran dan hadist sebagai tolok ukur sedangkan moral berasal dari adat istiadat dan kebiasaan masyarakat dan etika berasal dari pemikiran akal manusia yang dijadikan poin-poin agar dapat membedakan baik buruknya sesuatu. Sehingga sanksi yang diterima atas pelanggaran dari etika, moral, dan akhlak akan berbeda pula. Pelanggaran akhlak akan diberikan sanksi Allah di akhirat sesuai hukum Al-Quran sedangkan pelanggaran moral dan etika akan diberikan sanksi oleh manusia.

Lebih lanjut, (Shihab, 1996) membedakan antara istilah etika dan akhlak: *“Akhlak dalam ajaran agama tidak dapat disamakan dengan etika, jika etika dibatasi pada sopan santun antar sesama-manusia, serta hanya berkaitan dengan tingkah laku lahiriah. Akhlak lebih luas maknanya daripada yang telah dikemukakan terdahulu serta mencakup pula beberapa hal yang bersifat tidak lahiriah. Misalnya, yang berkaitan dengan sikap batin maupun pikiran. Akhlak diniyah (agama) mencakup berbagai aspek, dimulai dari akhlak terhadap Allah, hingga kepada sesama makhluk (manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan benda-benda tak bernyawa).”*

Hanafy (2017) memberikan penjelasan yang berbeda tentang etika, dimana menurutnya etika dibagi menjadi tiga yaitu etika terhadap Tuhan, etika terhadap manusia, dan etika terhadap lingkungan. Etika terhadap Tuhan merupakan etika yang berlandaskan hukum moral dengan cara bersyukur kepada-Nya. Berbeda dengan etika terhadap manusia yang memiliki sifat kebebasan untuk memilih baik dan buruk dalam rangka mencapai kebahagiaan. Sedangkan, untuk etika terhadap lingkungan alam merupakan tindakan, sikap, dan perspektif etis untuk melakukan manajemen pemeliharaan lingkungan hidup dan seluruh ekosistem.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa akhlak dan etika bersifat universal karena dapat menjangkau seluruh masyarakat tanpa membedakan ras dan suku bangsa karena merupakan produk yang sama yang digunakan antara manusia satu dengan manusia lainnya. Berbeda dengan moral yang berasal dari adat kebiasaan masyarakat yang dapat membedakan moral dari masyarakat sesuai dengan kultur suku dan daerah masing-masing. Lebih lanjut, pertanggung jawaban akhlak adalah kepada Allah SWT yang mencakup berbagai aspek yaitu aspek Tuhan, manusia dan lingkungan alam. Jadi akhlak bukan hanya mengenai pertanggung jawaban terhadap Tuhan namun juga terhadap manusia dan lingkungan alam.

Ipendang (2017) mengatakan bahwa dalam pemikiran etika yang modern, filsafat akhlak menjadi hal yang penting. Filsafat akhlak akan membuat jiwa yang dapat melahirkan perbuatan baik. Di masa modern seperti sekarang, hanya sedikit yang meneliti filsafat akhlak karena merasa sudah puas dengan mengambil dari al-quran. Padahal, filsafat akhlak perlu kajian-kajian empiris agar dapat digunakan di masa modern sekarang ini. Hal ini dikarenakan akhlak merupakan pandangan yang tertuju ke arah perbaikan dalam rangka menentukan hak dan kewajiban sehingga menumbuhkan perasaan tentang tanggung jawab untuk diri sendiri, masyarakat, dan Tuhan.

Etika Islam

Agama tidak dapat dipisahkan dengan etika karena pada dasarnya setiap agama memiliki ajaran untuk senantiasa berperilaku yang baik. Etika dalam islam merupakan hal dasar yang harus dipelajari oleh umat muslim. Islam memberikan pedoman untuk bertingkah laku dalam Al-Quran dan Hadist. Selanjutnya, artikel ini akan membahas bagaimana agama bisa

dijadikan pedoman yang penting dalam berperilaku sesuai etika dan bagaimana islam mengatur etika seseorang.

Agama dalam teori etika adalah sumber pedoman untuk mengetahui dan membedakan hal-hal yang baik dan buruk. Hal tersebut karena Tuhan satu-satunya yang memiliki otoritas paling tinggi untuk menetapkan baik dan buruknya suatu nilai. Oleh karena itu, masyarakat yang mempercayai akan keberadaan Tuhan akan membangun nilai-nilai etikanya masing-masing dengan menggunakan ajaran agama yang dipercayainya. Selain itu, teori yang memiliki landasan agama memberikan konsep yang menyatakan bahwa orang yang berperilaku baik akan menadapat pahala dan orang yang berperilaku buruk akan mendapat dosa (Triyuwono, 2015). Seorang muslim memiliki keyakinan bahwa Al-Quran dan hadist merupakan sumber utama dalam menilai baik buruk perbuatan. Maka muncullah etika islam yang berlandaskan Al-Quran dan hadist.

Naqvi (2003) mengatakan bahwa titik sentral etika islam merupakan adalah kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap Tuhan Yang Maha Kuasa. Namun kebebasan manusia tersebut terbatas karena tidak mungkin bagi manusia dapat menyaingin kemahakuasaan Tuhan. Sesuai dengan firman Allah dalam Surah al-An'am (6:165)

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيُبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ
سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya :*“Dan dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia yang meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”*.

Pada dasarnya etika (akhlak) dalam islam menuntut manusia berbuat baik pada dirinya sendiri, manusia lain, lingkungan alam, serta

Allah sebagai pencipta-Nya. Sehingga untuk dapat berbuat baik manusia diberikan kebebasan (*free will*), Islam membebaskan manusia untuk memilih pilihan-pilihan yang beragam namun, Islam bergantung pada pilihan yang benar yang dijunjung dalam Islam.

Selanjutnya, manusia hendaknya memperhatikan aspek keesaan Tuhan (*tauhid*) adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan dan merupakan wujud penyerahan diri terhadap Tuhan tanpa syarat sehingga manusia dapat tunduk, patuh pada titah-Nya seperti tercantum dalam firman Allah Surah Al-Anam (6:162) yang artinya “*sesungguhnya, sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seru sekalian alam.*”

Prinsip keseimbangan (*al-‘Adl wal- Ihsan*) Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan orang lain. Selanjutnya, prinsip tanggung jawab (*fardh*) dimana manusia harus mempertanggung jawabkan segala pilihannya di hadapan manusia dan Tuhan. Hal inilah yang disebut aksioma etis oleh Syed Nawab Haider Naqvi (Djakfar, 2019).

Etika Profesi Akuntan Indonesia

Ikatan Akuntan Indonesia telah mengatur bagaimana seharusnya seorang akuntan menjalankan tugasnya dalam Kode Etik Akuntan Indonesia. Kode etik akuntan Indonesia dibuat dengan tujuan memberikan panduan kepada akuntan-akuntan di Indonesia berperilaku untuk menjalankan tugas profesionalnya dalam rangka mencapai tujuan mereka.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Akuntan Publik, (2011) menyatakan bahwa akuntan publik dalam menjalankan tugas profesionalnya harus melakukan semua kewajibannya dengan patuh kepada prinsip dasar etika profesi. Oleh karena itu, seorang akuntan menjalankan profesinya dengan mengikuti Kode Etik Akuntan

Indonesia (2020) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) berkolaborasi dengan IAPI dan IAMI. Kode etik akuntan Indonesia mengadopsi *Handbook of International Code of Ethics for Professional Accountants 2018 edition* yang diterbitkan oleh *International Ethics Standard Board for Accountants of IAFC*. Prinsip dasar etika berdasarkan Kode Etik Akuntan Indonesia (2020) adalah sebagai berikut:

1. Integritas yang artinya akuntan harus memiliki sikap yang lugas, dan jujur dalam hubungan profesionalnya.
2. Objektivitas yang artinya tidak ada kompromi dalam pertimbangan profesional karena adanya bias atau benturan kepentingan.
3. Kompetensi dan kehati-hatian profesional adalah tindakan yang sungguh-sungguh sesuai dengan standar profesional yang berlaku. Memberikan jasa kepada klien dan organisasi tempatnya bekerja menggunakan kompetensi profesionalnya secara hati-hati dan tepat waktu.
4. Kerahasiaan, menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari hubungan profesional dan bisnis.
5. Perilaku profesional yaitu mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sifat-Sifat Rasulullah Saw.

Islam secara teoritis dalam al-Quran mengajarkan ketinggian nilai etika dan tidak hanya sampai disana Islam secara aplikatif mengajarkan untuk meninggikan etika melalui kerasulan Nabi Muhammad saw. Harahap (2011) menyebutkan pendapat umum tentang sifat-sifat Rasulullah Saw. Yang terdiri atas lima hal yaitu *shiddiq, Amanah, tabligh, fathanah* dan *istiqmah*.

Shiddiq artinya Rasulullah senantiasa menyatakan hal yang benar, berlaku jujur dan memiliki integritas yang tinggi (Harahap, 2011). Allah SWT memberikan perintah bagi orang-orang yang beriman untuk selalu berlaku jujur sesuai dengan firman Allah dalam Surat At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.”

Hal ini sejalan dengan tafsir Ibnu Katsir yang mengatakan Hai kamu yang percaya! Miliki Taqwa Allah, dan bersama orang-orang yang benar. Ayah berkata, patuhi dan selalu katakan kebenaran sehingga Anda menjadi di antara orang-orangnya dan diselamatkan dari kehancuran. Allah akan memberi jalan bagi Anda keluar dari kekhawatiran dan perlindungan Anda. Imam Ahmad mencatat bahwa Abdullah bin Mas`ud bersabda bahwa Rasulullah SAW bersabda, Berpegang pada kebenaran, karena kebenaran mengarah pada kebenaran, dan kebenaran mengarah ke Surga. Sesungguhnya manusia akan terus mengatakan kebenaran dan memperjuangkan kebenaran, sampai dia tertulis di hadapan Allah sebagai sangat jujur (*Shiddiq*). Waspadalah terhadap dusta, karena dusta membawa dosa, dan dosa membawa ke Api. Sesungguhnya manusia itu akan terus berbohong dan memperjuangkan kebohongan sampai ia ditulis di hadapan Allah sebagai pembohong yang hebat.

Sifat kedua Rasulullah yaitu sifat *Amanah* yaitu sifat Rasulullah yang dapat dipercaya, memiliki tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas dan kewajiban bahkan menjalankan tanggung jawab melebihi tugas yang diberikan tanpa berharap imbalan (Harahap, 2011). Hal ini telah dijelaskan Allah swt dalam Al-Quran surah Al-Mukminun ayat 8 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: “Dan (sungguh beruntung) orang-orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya.”

Sejalan dengan tafsir dari Ibnu Katsir yang mengatakan bahwa mereka yang setia setia pada Amanat mereka dan pada perjanjian mereka, ketika mereka dipercayakan dengan sesuatu, mereka tidak mengkhianati kepercayaan itu, tetapi mereka memenuhinya, dan ketika mereka membuat janji atau membuat janji, mereka setia pada kata-kata mereka. Ini tidak seperti orang-orang munafik yang dikatakan Rasulullah: Tanda-tanda orang munafik ada tiga: ketika dia berbicara dia berbohong, ketika dia membuat janji dia melanggar, dan ketika dia dipercayakan dengan sesuatu dia mengkhianati kepercayaan itu.

Sifat Rasulullah selanjutnya adalah *tabligh* yang artinya menyampaikan, kemampuan untuk berkomunikasi untuk menyampaikan kebenaran (Harahap, 2011). Hal ini seperti apa yang telah dijelaskan dalam Surah Al-Ahzab ayat 70 – 71 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ
وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah kata-kata yang benar. Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasulnya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung.”

Sejalan dengan tafsir Ibnu Katsir yang mengatakan bahwa di sini Allah memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk memiliki Taqwa-Nya, menyembah-Nya seolah-olah mereka dapat melihat-Nya, dan (berbicara (selalu) kebenaran). Artinya, berbicara dengan lugas, tanpa bengkok atau distorsi. Dia akan mengarahkan Anda untuk melakukan perbuatan baik

dan akan mengampuni dosa-dosa Anda. Dia berjanji kepada mereka bahwa jika mereka melakukan itu, Allah akan memberi mereka pahala dengan membuat perbuatan mereka benar, yaitu, memungkinkan mereka untuk melakukan perbuatan benar, dan Allah akan mengampuni dosa masa lalu mereka. Berkenaan dengan dosa apa pun yang mungkin mereka lakukan di masa depan, Allah akan menginspirasi mereka untuk bertobat dari mereka. Kemudian Allah berkata: Dan barangsiapa menaati Allah dan Rasul-Nya, dia benar-benar telah mencapai kemenangan besar artinya, dia akan diselamatkan dari api Neraka dan akan menikmati kesenangan abadi (di surga).

Kemudian Harahap (2011) menjelaskan sifat *fathanah* yang merupakan sifat professional disertai dengan kecerdasan yang bijaksana dan kompetensi untuk melaksanakan semua tugas yang diberikan. Dalam firman Allah SWT surah Yunus ayat 100 :

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya: "Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan azab kepada orang yang tidak mengerti."

Ayat ini ditegaskan oleh Ibnu Katsir yang maksudnya adalah setiap orang akan percaya dengan izin Allah, dan Dia akan menempatkan Rijs, yaitu, kekacauan dan kesesatan, atas mereka yang tidak bernalar, artinya bukti dan bukti Allah, dan Dialah Yang Adil dalam segala hal, membimbing siapa yang Dia kehendaki untuk membimbing, dan memimpin siapa yang Dia kehendaki.

Sifat dasar Rasulullah yang berikutnya adalah *istiqamah* yang artinya bersikap konsisten kepada kebenaran yang berasal dari Allah SWT yang tidak dapat digoyangkan oleh berbagai godaan yang berbeda

dengan Islam (Harahap, 2011). Sifat ini sesuai dengan firman Allah surah Fushilat ayat 30:

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا
وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ تُوعَدُونَ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang berkata, Tuhan kami adalah Allah kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat-malaikat akan turun kepada mereka (dengan berkata), Janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu bersedih hati; dan bergembiralah kamu dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan kepadamu.”

Ibnu Katsir menafsirkan kabar Senang untuk Mereka Yang Beriman kepada Allah Sendiri dan berdiri teguh Allah berfirman, Sesungguhnya, mereka yang berkata: “Tuhan kami adalah Allah,” dan kemudian mereka berdiri teguh, berarti, mereka melakukan perbuatan baik dengan ikhlas demi Allah, dan mereka taatilah Allah, lakukan apa yang Allah perintahkan untuk mereka.

Lima sifat-sifat Rasulullah tersebut harus dimiliki oleh seorang muslim tidak terlepas dari seorang muslim yang beprofesi sebagai akuntan. Artikel ini merefleksikan sifat Rasulullah kedalam etika profesional akuntan Indonesia yang dirumuskan oleh IAI bersama IAPI dan IAMI agar dapat digunakan oleh akuntan muslim.

C. Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan metode *library research* dengan cara mengumpulkan berbagai literatur terdahulu berupa artikel dan buku yang membahas tentang etika dalam perspektif Islam. Artikel ini menggunakan teknik *content analysis*, akan mengkaji lalu menganalisis isi dari artikel-artikel dan buku-buku yang membahas tentang etika profesi akuntan, etika dalam perspektif Islam dan etika berdasarkan sifat-sifat Rasulullah.

Sehingga artikel ini akan memberikan gambaran tentang refleksi sifat Rasulullah pada Etika Profesi Akuntan Indonesia.

D. Pembahasan

1. Urgensi Etika Bisnis dalam Islam

Penulis berpendapat orang yang taat pada etika cenderung memiliki perilaku yang baik dalam setiap perbuatannya tanpa terkecuali aktivitas bisnis. Menjalankan bisnis harus sesuai dengan pandangan Islam yang telah diatur dalam al-quran. Sesuai dengan Q.S An-Nisa/4:29 yang menegaskan bahwa dalam menjalankan profesi harus didasarkan dengan cara yang *ma'ruf*. Begitu juga dengan jasa professional akuntansi juga merupakan bisnis dalam hal pemberian jasa yang dijalankan harus dengan prinsip-prinsip dasar akuntan professional yang telah diatur dalam Kode etik akuntan Indonesia yang disusun oleh IAI serta dengan prinsip-prinsip Islam yang telah diatur dalam al-quran bagi seorang muslim. Apa yang dijelaskan dalam etika islam sepatutnya ada dalam diri akuntan agar profesi ini dapat bermanfaat bagi pengguna jasa akuntan dan tidak merugikan orang lain. Mematuhi kode etik akuntan Indonesia yang dibarengi dengan menyatunya etika islam dalam diri seorang akuntan diharapkan bisa mengurangi terjadinya *fraud* yang melibatkan akuntan professional.

Hal ini sejalan dengan pendapat (Qardawi, 1991) yang menyatakan bahwa ekonomi dan akhlak (etika) dalam islam tidak dapat dipisahkan. Masalah-masalah etis pasti akan muncul dalam dunia bisnis dan harus dicari jalan keluarnya. Islam menuntut setiap manusia untuk bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu cara bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup adalah dengan cara berbisnis seperti yang telah dicontohkan Baginda Rasulullah saw. Hanya saja Rasulullah

menerapkan bisnis dengan standar yang digariskan oleh al-Quran. Islam sebagai agama yang sumber pokoknya berasal dari ajaran wahyu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan. Islam secara teoritis dalam al-Quran mengajarkan ketinggian nilai etika dan tidak hanya sampai disana Islam secara aplikatif mengajarkan untuk meninggikan etika melalui kerasulan Nabi Muhammad saw. Yang ditujukan untuk menyempurnakan akhlak manusia.

Djakfar (2019) dan Handayani (2018) menuliskan prinsip etika bisnis dalam islam yang hampir sama, keduanya mengutarakan jujur adalah aspek utama dalam berbisnis. Jujur sesuai dengan sifat Rasulullah yaitu *Shiddiq*. Sikap jujur juga telah sesuai dengan prinsip dasar professional akuntan Indonesia yaitu integritas. Sehingga setiap akuntan harus memiliki sifat jujur dalam dirinya.

Pentingnya etika islam diketahui dan diamalkan oleh setiap akuntan muslim juga dibuktikan dengan hasil kajian teoritis dari Sirajudin (2013) yang mengatakan bahwa perlu adanya sebuah langkah operasional dan sistemik untuk memberikan warna bagi kehidupan bangsa ini dengan menciptakan sesuatu yang sebenarnya sudah ada di lingkungan masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dengan melakukan internalisasi terhadap nilai-nilai Islam yang merupakan agama mayoritas di Indonesia dalam etika bisnis dan profesi.

Ini dilakukan untuk mengembangkan kode etik akuntan Indonesia agar tidak hanya terbatas pada prinsip dasar yang tercantum dalam Kode Etik. perlunya sebuah langkah yang bersifat operasional dan sistemik untuk mulai mewarnai kehidupan berbangsa ini dengan sesuatu yang secara *inherent* sudah ada dan mendominasi dalam kehidupan di masyarakat Indonesia. Internalisasi nilai islam telah banyak dilakukan

dalam dunia bisnis mengiringi penyebaran kesadaran dari umat muslim untuk Kembali ke ajaran mereka. Internalisasi nilai-nilai islam juga dapat dan layak diserap ke dalam etika profesi akuntan Indonesia. Hal ini sangat mungkin karena adanya potensi sumber daya cendekiawan muslim yang berada di lingkup organisasi profesi akuntan di Indonesia.

2. Nilai-Nilai Etika Akuntansi

Riahi-Belkaoui (1992) mengajukan lima nilai etika yaitu *fairness, ethics, honesty, social responsibility, dan truth*. *Fairness* merupakan netralitas dari akuntan dan auditor dalam menyusun ataupun menilai laporan keuangan. Akuntan harus beritikad baik untuk menyusun dan menilai laporan keuangan tidak boleh adanya bias. Yang kedua adalah etika dimana akuntan melakukan tugas profesionalnya tidak hanya dengan aturan formal, namun juga dengan nilai moralitas yang berlaku di lingkungannya. Kemudian yang ketiga adalah *honesty* yang artinya kepercayaan masyarakat yang tercipta dan bertahan terhadap profesi akuntansi.

Hilangnya kepercayaan ini umumnya muncul karena terjadinya *fraud*. Nilai keempat adalah *social responsibility* yang artinya perusahaan tidak hanya fokus pada pencarian laba namun juga harus ikut mendukung lingkungan sekitar yang tidak terpisahkan dalam menjalankan bisnis. Nilai yang terakhir adalah *truth* yang dapat diartikan sebagai *neutrality* dan *objectivity*. Dimana akuntan harus mampu bersikap netral untuk menghindari bias dan memiliki bukti-bukti yang dapat diverifikasi dalam menjalankan profesi akuntan. Yang menarik dari nilai etika yang dikemukakan Riahi-Belkaoui (1992) adalah *honesty* dan *truth* yang merupakan sifat-sifat Rasulullah yaitu *amanah* (dapat dipercaya) dan *shiddiq* (jujur).

Selanjutnya nilai etika berdasarkan Francis (1990) yang sedikit berbeda dengan Ahmed Riahi-Belkaoui, Francis (1990) lebih menekankan kepada kualitas kemanusiaan yang apabila dimiliki dan diaktualisasikan akan membantu kita memperoleh sesuatu yang baik bagi praktik akuntansi. Nilai etika yang diungkapkan oleh Francis lebih spesifik dibandingkan yang diungkapkan oleh Ahmed Riahi-Belkaoui.

Nilai-nilai etika menurut Francis (1990) adalah kejujuran (*honesty*), perhatian terhadap status ekonomi orang lain (*concern for the economic status of other*), sensitivitas terhadap nilai kerja dan konflik (*sensitivity to the value of corporation and conflict*), karakter komunikasi akuntansi (*communicative character of accounting*), dan penyebaran informasi ekonomi (*dissemination of economic information*). Nilai utama yang diungkapkan oleh Francis adalah kejujuran, tanpa kejujuran akuntan dan auditor menjadi tidak sesuai dengan fitrahnya yang akibatnya akan memberikan dampak negatif pada masyarakat luas. Nilai utama tersebut sesuai dengan sifat Rasulullah yaitu *shiddiq* (jujur atau menyatakan kebenaran).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Francis (1990) dan Riahi-Belkaoui (1992) sama-sama merumuskan nilai-nilai akuntansi yang merujuk pada sifat jujur. *Honesty* oleh (Riahi-Belkaoui, 1992) dan (Francis, 1990) sejalan dengan sifat yang dimiliki Rasulullah yaitu *Shiddiq* yang artinya jujur. Sifat ini juga telah tercantum dalam prinsip dasar kode etik Indonesia yang menyatakan bahwa akuntan harus memiliki integritas yang artinya akuntan harus memiliki sikap lugas, dan jujur dalam hubungan profesionalnya.

3. Refleksi Sifat Dasar Rasulullah ke dalam Kode Etik Akuntan Indonesia

Dalam islam, Rasulullah merupakan *role model* yang patut dicontoh bagi seluruh manusia. Nabi Muhammad saw. memiliki empat sifat yang harus diteladani yaitu *shiddiq, amanah, tabligh, fathanah* dan *istiqamah*. Lima sifat tersebut dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam interaksi bisnis. Jasa profesional akuntan juga termasuk dalam kategori kegiatan yang dapat mengaplikasikan sifat teladan Rasulullah agar tercapai tujuan dari akuntansi misalnya menghasilkan laopran keuangan yang baik dan terhindar dari salah saji. Sehingga, artikel ini menyarankan akuntan harus memiliki lima sifat Rasulullah (khususnya akuntan muslim) sebagai dasar dalam menjalankan tugas profesionalnya serta mematuhi kode etik akuntan Indonesia yang disusun oleh IAI. Berikut disajikan matriks refleksi sifat dasar Rasulullah ke dalam kode etik akuntan professional.

Tabel 1.
Matriks Refleksi Sifat Dasar Rasulullah ke dalam Kode Etik Akuntan Professional

Sifat Rasulullah	Kode etik akuntan profesional
Shiddiq	Integritas
Amanah	Perilaku Profesional, kerahasiaan
Tabligh	-
Fathanah	prinsip kehati-hatian dan kompetensi profesional
Istiqamah	Objektivitas

Berdasarkan matrik di atas sifat Rasulullah Saw terdapat dalam kode etik akuntan Indonesia. Yang pertama adalah *shiddiq* merupakan sifat rasul yang artinya jujur, berkata benar dan memiliki integritas yang tinggi. Hal ini terlihat dalam prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia dalam poin Integritas yang didefinisikan akuntan harus memiliki sikap lugas, dan jujur dalam hubungan profesionalnya. Seorang akuntan

harus bersikap jujur, hal ini tidak hanya terlihat dalam sifat Rasulullah namun juga merupakan prinsip dasar dalam kode etik akuntan Indonesia yang dirumuskan oleh IAI bersama IAPI dan IAMI. Sebagai akuntan muslim yang taat dan berpegang teguh pada ajaran Al-quran dan Hadist.

Kedua, yaitu sifat *amanah* yang artinya dapat dipercaya. Seorang akuntan muslim sebaiknya memiliki sifat Amanah dalam dirinya sesuai dengan tuntunan Rasulullah. Sifat Amanah relevan dengan prinsip dasar etika yaitu perilaku professional (mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku) dan kerahasiaan (menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari hubungan professional dan bisnis). Seorang akuntan harus dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya sesuai dengan napa yang telah dijelaskan di al-quran dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw.

Ketiga yaitu sifat *tabligh* yang artinya adalah mampu mengkomunikasikan sesuatu kebenaran. Sesuai dengan contoh yang diberikan Rasulullah Saw. Setiap akuntan terutama yang beragama muslim seharusnya memiliki sifat *tabligh* dalam dirinya. Jika dilihat dalam matriks di atas, *tabligh* belum terlihat dalam prinsip dasar etika akuntan Indonesia. Oleh karena itu, bagi akuntan beragama muslim terdapat tambahan poin akhlak yang sebaiknya dimilikinya yaitu *tabligh*. Contohnya saja, setiap akuntan professional sebaiknya dapat dengan tegas mengungkapkan kebenaran tentang keadaan perusahaan melalui laporan keuangan yang disusun oleh akuntan. Tidak boleh ada kecurangan dalam Menyusun laporan keuangan begitupun dalam mengaudit laporan keuangan.

Dalam proses pengauditan sebaiknya auditor sebagai tenaga professional mengkomunikasikan segala hal tentang keadaan perusahaan kepada pihak yang berwenang, dan apabila terdeteksi

terjadinya kecurangan, auditor harus siap dan mampu memberikan informasi sebenar-benarnya kepada Lembaga berwenang seperti pengadilan apabila sudah masuk ke jalur hukum. Hal ini penting untuk mencegah kerugian yang dialami oleh masyarakat khususnya orang-orang yang berkepentingan seperti investor, kreditur, dan lain sebagainya.

Keempat, sifat *fathanah* yang artinya cerdas. Setiap akuntan harus memiliki kompetensi dan keahlian dibidang akuntansi. Hal ini sesuai dengan prinsip dasar etika akuntan Indonesia yaitu Kompetensi dan kehati-hatian professional adalah tindakan yang sungguh-sungguh sesuai dengan standar professional yang berlaku. Memberikan jasa kepada klien dan organisasi tempatnya bekerja menggunakan kompetensi profesionalnya secara hati-hati dan tepat waktu. Selain itu, akuntan biasanya memiliki keahlian yang lebih khusus misalnya akuntan pemerintahan biasanya memiliki keahlian khusus di bidang pemerintahan atau akuntan manajemen di perusahaan perbankan juga memiliki keahlian khusus pada industri perbankan yang pelaporan keuangannya berbeda dibandingkan perusahaan di industri lainnya. Hal ini berguna agar seorang akuntan dapat menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas, bebas dari salah saji material yang akan menyebabkan kerugian bagi pihak internal dan eksternal perusahaan.

Kelima, sifat *istiqamah* merupakan sikap konsisten kepada kebenaran yang berasal dari Allah Swt. Setiap akuntan sebaiknya memiliki sifat istiqamah yang relevan dengan prinsip objektivitas dalam kode etik akuntan Indonesia. Prinsip objektivitas artinya tidak ada kompromi dalam pertimbangan professional karena adanya bias atau benturan kepentingan. Setiap akuntan terutama muslim tidak boleh mengkompromikan pertimbangan profesionalnya, harus konsisten

untuk menyajikan laporan keuangan yang bebas dari kecurangan dan salah saji material tanpa adanya benturan kepentingan.

Berdasarkan matriks di atas terlihat bahwa dalam prinsip dasar akuntan Indonesia tidak terdapat poin *tabligh* yaitu kemampuan untuk menyampaikan sesuatu yang benar. Sehingga, akuntan muslim memiliki satu poin dasar tambahan yang dapat menuntun mereka dalam menjalankan profesi. Akuntan muslim diharapkan memiliki integritas yang lebih tinggi, lebih independent karena selain berprinsip dengan apa yang telah dirumuskan dalam kode etik akuntan Indonesia, akuntan muslim juga memiliki Rasulullah dengan sifat-sifat terpujinya sebagai tauladan bagi akuntan muslim dalam bersikap. Oleh karena itu, sebagai akuntan muslim yang beretika, akuntan muslim tidak hanya bertanggung jawab kepada manusia (seperti yang diatur dalam kode etik akuntan Indonesia) namun juga bertanggung jawab kepada Allah Swt.

Penulis berpendapat, penting bagi profesi akuntan yang beragama Islam untuk mengetahui sifat-sifat Rasulullah yang sebenarnya telah diperkenalkan kepada setiap muslim sejak dini. Sifat-sifat Rasulullah dapat menjadi panduan dasar bagi seorang akuntan muslim dalam menjalankan profesinya. Karena, lima sifat yang dimiliki Rasulullah telah menggambarkan bagaimana seharusnya seorang muslim secara umum bertindak dalam menjalani kehidupan sehari-hari termasuk dalam menjalankan profesi sebagai akuntan.

Etika (akhlak) dalam islam menuntut manusia berbuat baik pada dirinya sendiri, manusia lain, lingkungan alam, serta Allah sebagai pencipta-Nya. Sehingga untuk dapat berbuat baik manusia diberikan kebebasan (*free will*) Islam membebaskan manusia untuk memilih pilihan-pilihan yang beragam namun, Islam bergantung pada pilihan yang benar yang dijunjung dalam Islam. Selanjutnya, manusia

hendaknya memperhatikan aspek keesaan Tuhan (*tauhid*) adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan dan merupakan wujud penyerahan diri terhadap Tuhan tanpa syarat sehingga manusia dapat tunduk, patuh pada titah-Nya (Djakfar, 2019).

Penulis berpendapat bahwa seorang akuntan muslim yang memiliki keyakinan diberikan akal dan kepintaran oleh Allah Swt diberikan kebebasan untuk memilih mana yang baik dan buruk dan bagi akuntan muslim yang memiliki keyakinan penuh terhadap agama Islam akan memperhatikan aspek *tauhid* (keesaan tuhan) akan senantiasa tunduk pada perintah Allah. Akuntan muslim yang memiliki kepercayaan akan senantiasa menjalankan profesinya sesuai dengan tuntunan Allah Swt dalam Al-Quran dan sesuai dengan contoh yang diberikan oleh Nabi Muhammad Saw karena takut akan dengan dosa Allah.

Berdasarkan penjelasan di atas dan melihat fenomena skandal etika yang seperti tidak ada habisnya dilakukan oleh profesi akuntan, diharapkan dengan adanya kombinasi pengetahuan serta pemahaman akuntan muslim tentang bagaimana Islam mengatur etika yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw serta dengan adanya kode etik akuntan Indonesia yang memberikan sanksi hukuman atas tindakan yang tidak patuh terhadap aturan yang telah dirancang oleh IAI bersama IAPI dan IAMI akan menghasilkan akuntan muslim yang berdedikasi tinggi terhadap pekerjaannya dan senantiasa memiliki akhlak pribadi yang baik dan kokoh, tidak hanya memikirkan hal-hal duniawi namun juga mampu bertanggung jawab di akhirat kelak.

E. Simpulan dan Saran

Akuntan merupakan profesi yang sering terdengar melakukan pelanggaran etika. Beberapa kali akuntan melanggar kode etik dan merugikan banyak pihak. Pada dasarnya, kode etik akuntan professional diatur untuk menghindari adanya kecurangan yang dilakukan oleh akuntan karena telah ditetapkan sanksi yang mengikat dalam kode etik akuntan professional. Namun, pelanggaran etika oleh seorang akuntan masih saja terjadi beberapa waktu belakangan ini. Pada artikel ini, ditelaah lebih dalam dan spesifik pada pentingnya etika dalam profesi akuntansi dengan pendekatan spiritualitas berbasis agama Islam seperti yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw. Artikel ini memberikan refleksi lima sifat utama Rasulullah (*shiddiq, Amanah, tabligh, fathanah, istiqamah*) ke dalam kode etik akuntan Indonesia.

Hal ini dikarenakan penulis setuju dengan pendapat Triyuwono (2015) yang mengatakan bahwa agama merupakan sumber etika untuk menentukan tindakan yang baik dan buruk. Lima sifat Rasulullah tercermin dalam kode etik IAI yang pertama *Shiddiq* (jujur) tercermin dalam prinsip dasar integritas. Kedua, *Amanah* (dapat dipercaya) tercermin dalam prinsip dasar perilaku professional dan kerahasiaan. Ketiga, *tabligh* (menyampaikan) tidak terlihat dalam prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia. Keempat, *fathanah* (cerdas) terlihat dalam prinsip dasar kehati-hatian dan kompetensi professional. Kelima, *istiqmah* (konsisten) terlihat dalam prinsip objektivitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sifat Rasulullah Saw. Sejalan dengan prinsip dasar kode etik akuntan Indonesia dan sifat *tabligh* merupakan pelengkap yang sangat penting ada dalam sifat setiap akuntan khususnya yang beragama islam.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih dalam tentang bagaimana etika diatur dalam Islam seperti yang

dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Artikel ini memiliki implikasi praktis bagi profesi akuntan karena mereka dapat menjadikan sifat Rasulullah Saw sebagai pelajaran dan tauladan dalam menjalankan pekerjaannya. Semua agama mengajarkan kepada kebaikan namun artikel ini fokus pada etika dalam Islam dan diharapkan dapat digunakan oleh seluruh akuntan publik, tidak hanya akuntan muslim saja karena pada dasarnya akhlak bersifat universal yang mengatur seluruh aspek kehidupan tanpa kecuali etika sebagai akuntan karena berasal dari ajaran agama, wahyu Allah SWT yang yang ditujukan untuk seluruh umat manusia apapun ras, suku dan bangsa mereka (Djakfar, 2019).

Sehingga dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran-pelanggaran etika yang melibatkan akuntan professional. Penelitian ini memiliki keterbatasan literatur sebelumnya untuk membahas bagaimana etika dalam perspektif islam sehingga membuka peluang untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperkaya literatur dengan desain yang lebih dalam membahas etika akuntan dalam perspektif Islam. Artikel ini juga hanya menggunakan satu kode etik yaitu kode etik akuntan Indonesia dari IAI sehingga peneliti masa depan bisa memperkaya literatur dengan menambahkan kode etik dari Lembaga lainnya seperti IACPA, AAOIFI. Terakhir, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan analisis terkait etika akuntan dalam perspektif islam dengan menggunakan data-data wawancara bersama narasumber-narasumber terkait yang menguasai etika akuntan dan etika islam.

Daftar Pustaka

- Alwi, M. bin. (2015). *Kado dari al-Quran*. Khazanah al-Quran.
- Azis, I. (2020). Keteladanan Sifat Rasulullah Muhammad SAW dalam Etika Profesi Akuntan Publik. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1142. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p06>

- Bertens, K. (2007). *Etika*. PT Gramedia Pustaka: Utama.
- Djakfar, M. (2019). *Etika Bisnis Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*. UIN-Maliki Press.
- Fauzi, M. N. (2019). Konvergensi Pemikiran Etika Sosial Gus Dur dan Etika Utilitarianisme. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5(2), 110–129. <https://doi.org/10.36420/ju.v5i2.3648>
- Francis, J. R. (1990). After Virtue? Accounting as a Moral and Discursive Practice. *Auditing and Accountability Journal*.
- Hanafy, S. (2017). Kajian Etika Islam: Tuhan , Manusia dan Lingkungan. *Kuriositas*, 11(1), 73–82.
- Handayani, L. (2018). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *El-Iqtishod Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–26.
- Harahap, S. S. (2011). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat.
- Kode Etik Akuntan Indonesia, 1 (2020). iaiglobal.or.id
- Ipandang. (2017). Pemikiran Etika Modern Dan Mistisisme Islam Serta Kemanusiaan: Dilema dan Tinjauan ke Masa Depan. *Kuriositas*, 11(1), 1–18.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, terjemahan M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin*. Pustaka Belajar.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2011 tentang Akuntan Publik, (2011).
- Qardawi, Y. (1991). *Fiqh al-Zakah*. Mu’assasah Risalah.
- Riahi-Belkaoui, A. (1992). *Morality in Accounting*. Quorum Books.
- Shihab, M. Q. (1996). *Wawasan Al-Quran: Tafsir Maudhu’i Pelbagai Persoalan Umat*. Mizan.
- Sirajudin, S. (2013). Interpretasi Pancasila dan Islam untuk Etika Profesi Akuntan Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4. <https://doi.org/10.18202/jamal.2013.12.7209>
- Triyuwono, I. (2015). *Akuntansi Syariah Perspektif, Metodologi, dan Teori* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.

PENGARUH *ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK *SKIN CARE* HALAL PADA MAHASISWA JABODETABEK

Zalfa Zahirah Adhania¹, Tati Handayani², Muhammad Anwar Fathoni³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta. Jl. RS. Fatmawati, No. 1, Jakarta Selatan 12450
Email Korespondensi : zalfa.zahirah@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 sangat berkembang pesat akan ketertarikan masyarakat terhadap media sosial *instagram*, yang menjadikannya trend pemasaran bisnis modern yaitu *endorsement*. Dengan adanya pengaruh *endorsement* membuat keuntungan di berbagai pihak, khususnya para pelaku usaha yang menjual produk mereka di media sosial *instagram*. minat membeli terhadap produk *skin care* halal menjadi perhatian yang sangat penting bagi para calon konsumen muslim dalam mengomsumsi produk halal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *endorsement* terhadap minat membeli *skin care* halal di kalangan mahasiswa jabodetabek. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada 100 responden mahasiswa aktif yang telah melakukan pembelian produk *skin care* halal. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda, dibantu dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *endorsement* dan produk halal terhadap minat membeli.

Kata kunci : *endorsement, instagram, minat membeli, produk halal.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi mengubah manusia jauh lebih berkembang dibanding era sebelumnya, dan mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan manusia saat ini, terutama di dalam bidang ekonomi. Adanya perkembangan informasi mengubah kehidupan masyarakat

menjadi berkembang. Dengan adanya media sosial memberikan suatu perkembangan baru di berbagai segi kehidupan.

Media sosial yaitu media online yang mana bisa dilihat dari para penggunanya dengan mudah yang dapat ikut berpartisipasi, berbagi, dan berinovasi didalamnya. Jejaring sosial ini yang dapat memungkinkan manusia lebih mudah dalam mengaksesnya (Kurniawan, 2017). *Instagram* salah satunya yaitu sebuah aplikasi yang ada didalam *smartphone* yang dapat terkoneksi ke seluruh media sosial lainnya, yang juga merupakan salah satu media *online* yang mempunyai kegunaan hampir sama dengan media sosial *twitter*, namun jika dilihat *instagram* memiliki perbedaan didalamnya yang terletak pada pengambilan foto, yang dapat membagikan informasi kepada para penggunanya. Media sosial *instagram* juga dapat memberikan inspirasi atau gambaran serta inovasi bagi masyarakat yang menggunakannya dalam meningkatkan kreatifitas, karena aplikasi *instagram* ini memiliki berbagai fitur yang dapat membuat foto dan vidio terlihat menarik perhatian banyak orang (Untari & Fajariana, 2018).

Adanya media sosial *Instagram* ini, memberikan berbagai fitur yang menarik perhatian para penggunanya sebagai calon pembeli, serta adanya media sosial ini sangat memudahkan masyarakat mendapatkan apa yang mereka inginkan dan bahkan barang yang sulit untuk ditemukan, banyak sekali manfaat media sosial dalam berbagai aspek kehidupan ini, khususnya dalam dunia bisnis. Di dalam bisnis terdapat berbagai aktifitas yang sangat luas untuk ditelusuri yang meliputi produksi, pendistribusian dan perdagangan serta jasa atau suatu aktifitas di dalam suatu pekerjaan yang dapat memberikan penghasilan. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat dibidang penting dilakukan oleh masyarakat, hampir semua orang dapat terlibat didalamnya (Sutan, 2018).

Banyaknya jumlah pengguna *Instagram* menjadikan media sosial ini sebagai trend pemasaran bisnis yang lebih modern. Seperti yang telah dijelaskan di dalam pengertian bisnis diatas, bahwa bisnis yang dilakukan di media sosial *Instagram* ini berbentuk *Endorsement*. *Endorsement* merupakan suatu bisnis di dalam media sosial yang sedang ramai di perbincangkan saat ini, merupakan suatu bentuk kerjasama antara kedua belah pihak yang dapat menguntungkan. *Endorsement* ini melalui proses dimana adanya kerja sama antara para pelaku usaha atau *online shop* dengan artis atau *celebrity instagram* yang memiliki banyak penggemar dan pengikut yang melihatnya, maka hal ini dapat memberikan keuntungan penjualan bagi *online shop*, maupun produk yang dipasarkan dengan melalui jasa *Endorsement* tersebut (Hardilawati, 2019).

Adanya *Endorsement* di dalam media sosial *Instagram*, menjadikan peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis *online*, yang dimana media sosial ini menciptakan suatu tempat dalam menjalankan bisnis *online*. *public figure* sebagai penyedia jasa *Endorsement* atau biasa disebut dengan *Influence* memberikan banyak keuntungan bagi para pelaku bisnis *online*, dalam memasarkan produk mereka. Media sosial *Influencer* yaitu kemampuan seseorang dalam menyebarkan informasi kepada pengikut mereka di dalam media sosial (Anjani Sari & Irwansyah, 2019). *Influencer* ini bisa berasal dari kalangan mana saja, bisa seorang *celebritis*, atlet ataupun mereka yang memiliki jumlah penggemar dengan pengikut yang banyak.

Adanya *Influencer* para pelaku bisnis, baik bisnis besar maupun usaha kecil menengah (UMKM) jika dilihat mereka melakukan strategi promosi dengan menggunakan jasa *influencer*. dilihatnya *influencer* bukan karena memiliki jumlah *followers* yang banyak, namun *influencer* sering menggunakan cara mereka sendiri dalam mempromosikan produk secara

soft selling, yang nantinya bisa menjadi bukti yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan *followers*-nya terhadap produk yang mereka telah promosikan. Hal ini tentu bisa meningkatkan *brand awareness* dari produk tersebut. Bisa dilihat hasil survey yang dilakukan oleh (Sociabuzz, 2018), tujuan dari menggunakan jasa *influencer* yaitu untuk meningkatkan *brand awareness* (98,8%), mengedukasi target konsumen (62,7%), meningkatkan penjualan (50,6%), meningkatkan *followers* (39,8%) dan *Search Engine Optimization/SEO* (25,3%). Sedangkan bisa kita lihat, media sosial yang paling sering diakses yaitu Instagram sebesar 98,8 %.



Gambar 1. Survey tujuan penggunaan *influencer* 2018
Sumber: *The State Of Influencer Marketing 2018 In Indonesia*

Hal ini dapat memberikan bukti dengan adanya peningkatan pada brand awareness dengan menggunakan jasa influencer ini, maka sejauh ini dapat dilihat telah memberikan hasil lebih efektif bagi para pelaku usaha. Brand awareness sangat perlu dilakukan agar masyarakat terlebih dahulu percaya, sebelum akhirnya mengambil keputusan dalam membeli produk tersebut. Jika para pelaku usaha sering melakukan peningkatan dalam promosi, maka para calon pembeli dapat percaya terhadap produk yang dipasarkan tersebut, maka keputusan pembelian akan lebih mudah tercapai (Hanindharputri & Putra, 2019).

Penggunaan *Influencer* dirasa menjadi strategi pemasaran yang lebih efektif karena dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan *followers*-nya atau para pengikutnya di *Instagram*. Terlebih lagi yang menguasai pasar *Instagram* saat ini adalah masyarakat generasi muda. Maka dapat dilihat bahwa penjualan produk melalui media sosial *Instagram* ini sangat diminati oleh para calon pembeli. Produk kecantikan yang dipasarkan salah satunya yaitu *Skin Care*. *Skin care* atau perawatan kulit yaitu serangkaian kegiatan yang mendukung kesehatan pada kulit, meningkatkan kepercayaan diri dan membuat kulit terasa lebih ringan (Perwitasari, 2019). Maka, jika dilihat kegunaan *skin care* sangat berpengaruh terhadap penampilan wanita dalam mempercantik dan merawat kulitnya. Namun, *skin care* yang digunakan untuk seorang muslim haruslah tercantum label halal di dalamnya.

Label halal adalah pencantuman tulisan halal pada kemasan produk untuk memperlihatkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Produk halal yaitu seperti: obat, produk pangan, kosmetik dan produk lain yang tidak mengandung bahan atau unsur haram di dalam prosesnya. Produk halal tidak boleh mengandung unsur haram yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam baik yang di dalamnya seperti: bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penyerta lainnya. Bahan yang diolah harus dilakukan sesuai dengan syariat Islam sebagai syarat dari pembuatan label halal.

Label halal yang diberikan di dalamnya harus memberikan banyak manfaat dari pada mudharatnya. Syarat kehalalan produk yang dipersyaratkan oleh LPPOM MUI yaitu pertama; tidak mengandung DNA babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi. Kedua; yaitu tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah dan kotoran-kotoran. Ketiga; yaitu semua

bahan yang berasal dari hewan yang disembelih sesuai dengan syariat Islam. Keempat; yang harus diperhatikan yaitu tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan dan transportasinya tidak boleh ada unsur daging babi didalamnya (Hesty & Puspitasari, 2019).

Meskipun *skin care* bukan produk yang dimakan, produk *skin care* (perawatan kecantikan) juga merupakan bagian dari konsumsi penggunaan luar yang memiliki aspek halal, haram dan najis. Jika ada unsur najis yang menempel di tubuh maka hal itu dapat mempengaruhi kesucian ibadah yang dilakukan seorang Muslim, karena dalam persyaratan sholat diharuskan suci badan, pakaian dan tempat dari najis. Maka tentu harus diperhatikan, jangan sampai menggunakan produk perawatan kecantikan yang ternyata mengandung zat haram dan najis. Apalagi kini, ketentuan tentang produk halal dan bebas dari najis telah ditetapkan secara legal-formal di dalam Undang- Undang (UU) No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) (Mansyuroh, 2020).

Dengan adanya label halal, membuat para calon konsumen tertarik selain tercantum label halal, juga memberikan manfaat sendiri di dalamnya, dan tidak menimbulkan keraguan akan pembelian produk yang dipasarkan. Maka, jika dilihat minat dalam membeli terhadap produk *skin care* halal yaitu, Kecenderungan para calon konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk yang dipasarkan tersebut, berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap suatu produk dapat diartikan sebagai intensi atau niat dalam membeli. Intensi membeli yaitu kecenderungan konsumen dalam membeli sesuatu atau mengambil keputusan yang berhubungan dengan pembelian yang dilihat dari tingkat kemungkinan melakukan pembelian (Wahyuningsih, 2018) peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan membahas mengenai pengaruh *endorsement* terhadap minat membeli *skin care* halal pada mahasiswa jabodetabek.

B. Tinjauan Teoritis

1. Minat Membeli

Minat Membeli yaitu keinginan yang kuat dari diri seseorang yang berasal dari hati untuk mendapatkan sesuatu dengan menggunakan uang mereka atau dengan cara pengorbanan lainnya. Maka dalam hal ini banyak cara agar para calon pembeli dapat melakukan sebuah pembelian, dan dapat menyalurkan keinginannya di dalam pembelian suatu barang, diantaranya dengan cara pembelian offline ataupun online (Haekal, 2016). Menurut Durianto (2013:58) menyatakan bahwa minat beli yaitu keinginan seseorang memiliki produk tersebut, minat ini akan timbul apabila seseorang sudah dapat terpengaruh akan mutu, kualitas dan informasi yang terdapat didalam produk tersebut seperti: harga, cara membeli, kelemahan dan kelebihan yang dapat dibandingkan dengan brand lain (Eliza et al., 2018).

Menurut Ferdinand (2014) mengatakan bahwa minat yang timbul dalam melakukan pembelian menghasilkan hal baru yang akan terus muncul di dalam pikiran dan akan menjadi suatu kegiatan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. maka konsumen akan terus melakukan kegiatan pembelian tersebut sesuai apa yang ada didalam pikirannya (Salim & Widaningsih, 2017). Dapat disimpulkan bahwa minat membeli yaitu suatu keinginan seseorang dalam membeli barang yang mereka inginkan, sehingga minat beli ini keinginan seseorang yang kuat akan suatu barang yang belum mereka beli dan akan mereka beli, keinginan ini timbul karena adanya berbagai keinginan seperti: keinginan untuk memiliki, keinginan untuk mereferensikan produk tersebut kepada orang, keinginan tertuju pada satu produk tersebut, keinginan yang selalu mencari informasi mengenai produk tersebut.

2. Endorsement

Endorsement yaitu salah satu media pemasaran *online* yang dilakukan oleh *public figure* dengan melakukan pemasaran suatu produk atau layanan jasa dengan memanfaatkan kepopuleran mereka di depan masyarakat. *Public figure* yang melakukan *endorsement* ini dapat disebut *endorser* (Kansha, 2017). Maka *endorsement* ini bisa dikaitkan dengan Pemasaran syariah atau bisa disebut marketing syariah yaitu suatu tempat dalam melakukan kegiatan bisnis dan menyediakan kebutuhan pasar, yang menggunakan penerapan bisnis sesuai dengan prinsip syariah serta sifat yang dicontohkan nabi Muhammad SAW.

Di dalam melakukan penerapan bisnis syariah harus adanya sifat: jujur atau benar, amanah atau dapat dipercaya, fathanah atau cerdas, tabligh atau dapat menyampaikan dengan baik (Bayanuloh, 2020, hal. 8). *Endorse* yaitu salah satu media pemasaran yang ada di *instagram* yang memiliki sebutan bagi mereka sebagai para penggunanya yang ditunjuk dan dipercayai untuk mengenalkan produk-produk yang dijual belikan secara luas di media sosial *online* yaitu *instagram*, dengan melalui jasa para artis atau mereka yang memiliki jumlah pengikut yang banyak (Pebria, 2018). disimpulkan bahwa *endorsement* merupakan salah satu kegiatan mempromosikan barang atau jasa melalui pengguna atau *celebrity instagram* yang memiliki pengaruh dan pengikut yang banyak di media sosial *instagram*.

3. Produk halal

Produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam. Proses produk halal (PPH) adalah serangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk yang mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan dan pendistribusian. Dinyatakan masuk ke dalam produk halal jika zat, cara pengolahan, cara

memproses, penyimpanan dan penyajiannya harus sesuai dengan syariat islam, kelima hal tersebut sulit bagi masyarakat untuk mengetahui lebih rinci, mengingat masalah ini merupakan bagian terpenting di dalam produksi (Sari, 2021). Maka terdapat ayat Al-Quran yang membahas mengenai mengkomsumsi dan menggunakan barang atau makanan yang haram, terdapat di dalam surat Al-Baqarah ayat 172:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ لِيَاءَهُ تَعْبُدُونَ ﴾

Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa yang baik, yang kami anugrahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah SWT. Jika kamu benar-benar menyembah-nya (QS. Al-Baqarah:172).

Produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan kehalalannya sesuai dengan syariat islam. Baik berupa barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang yang digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Umat islam diperintahkan untuk mengkomsumsi dan menggunakan produk halal dengan baik (Tati Handayani & Pusporini, 2021, hal. 8). Seperti dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 3:

﴿ حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحَمُّ الْجُنْزِيرُ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْسَبُوهُمْ وَآخِشُوا الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah: yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan anak panah, (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku.

Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang

Didalam ayat ini menjelaskan berbagai perbuatan yang diharamkan terutama makanan haram. Terdapat sepuluh jenis makanan yang diharamkan yang semuanya berasal dari hewan. Diharamkan bagimu memakan bangkai, darah, daging babi dan hewan yang disembelih bukan atas nama Allah SWT.

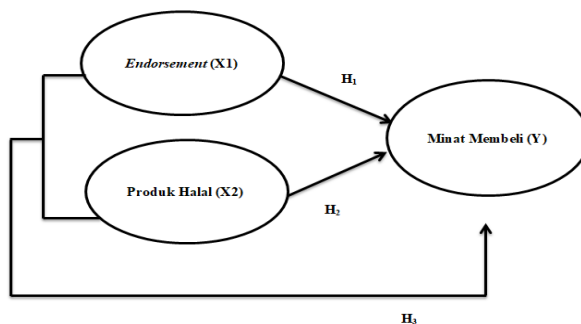
Produk halal bukan hanya dinyatakan halal secara syariat islam saja, namun harus adanya sertifikat halal dari MUI. Produk halal mudah dilihat dengan tercantumnya label halal yang dikeluarkan oleh MUI. Yang berbentuk logo di kemasan produk tersebut. Produk halal yang akan dipasarkan berupa makanan atau minuman yang dikemas (Rini, 2017). Maka, terdapat di dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 173:

﴿ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾

Sesungguhnya yang diharamkan bagimu yaitu bangkai, darah, daging babi dan hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah. Akan tetapi, siapa yang terpaksa memakannya, bukan karena keinginannya dan tidak pula melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun Lagi Maha Penyayang (QS. Al-Baqarah:173).

Bahwa produk halal yaitu produk yang telah memenuhi syarat halal dan sesuai dengan syariat islam, baik barang maupun jasa. Berdasarkan teori diatas, disimpulkan bahwa produk halal yaitu produk yang telah memenuhi syarat halal dan sesuai dengan syariat islam, baik barang maupun jasa. Sehingga indikator yang digunakan di dalam ini yaitu bahan baku dan label halal.

4. Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian, 2021

Penelitian ini memiliki dua variabel *independent* (bebas), yaitu *Endorsment* (X1) dan Produk Halal (X2) dan variabel *dependent* (terikat) yaitu Minat Membeli (Y). Peneliti ingin mencari tahu informasi kedua variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat).

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi yang diambil berada di wilayah Jakarta, Bogor dan Depok (Jabodetabek) yang telah melakukan pembelian produk *skin care* halal. Pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yaitu jenis skala yang banyak digunakan di dalam penelitian yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi (Riyanto & Hatmawan, 2020). Format kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian yang pertama berisi informasi identitas responden, Sedangkan bagian kedua dari kuesioner berkaitan dengan pengaruh *endorsement* terhadap minat membeli *skin care* halal pada mahasiswa jabodetabek.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Hasil dan pembahasan merupakan suatu bagian yang terpenting di dalam suatu penelitian. Penelitian yang telah di bahas dan di duga hasilnya akan mendapatkan jawaban hasil yang sesungguhnya sesuai dengan kondisi lapangan terkait dengan variabel yang dibahas dan kemudian akan di analisis apakah sesuai dengan dugaan atau tidak. Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini adalah penelitian mengenai variabel minat membeli, *endorsement* dan produk halal.

Tabel 1.
Identitas Responden

Jenis Kelamin	(%)
Laki-laki	11
Perempuan	89
Agama	(%)
Islam	56
Kristen Protestan	35
Kristen Katholik	4
Buddha	4
Hindu	1
Usia	(%)
18-20 tahun	57
21-25 tahun	43

Sumber: Data diolah

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan Uji Regresi Linear Berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji F, uji T dan koefisien determinasi. Hasil yang diberikan didalam penelitian ini sebagai berikut.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu cara untuk menguji atau mengukur apakah pernyataan yang diberikan kepada responden di dalam kuesioner tersebut valid atau tidak. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Di dalam penelitian ini uji validitas dilakukan terhadap variabel minat membeli, *endorsement*, dan produk halal.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas

	Minat Membeli (Y)	Endorsement (X1)	Produk Halal (X2)
Y.1.1	0.606		
Y.1.2	0.697		
Y.1.3	0.722		
Y.2.1	0.752		
Y.2.2	0.614		
Y.2.3	0.620		
X1.1.1		0.729	
X1.1.2		0.737	
X1.1.3		0.767	
X1.2.1		0.769	
X1.2.2		0.630	
X1.2.3		0.659	
X2.1.1			0.687
X2.1.2			0.770
X2.2.1			0.826
X2.2.2			0.803

Sumber: Data diolah

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur seberapa tingkat handal kuesioner peneliti. Kuesioner yang dinyatakan reliabel mengacu pada kuesioner yang mengasumsikan tidak ada perubahan psikologis antar responden, jika diulang dalam kelompok yang sama, maka kuesioner tersebut akan menghasilkan data yang serupa.

Tabel 3.
Uji reabilitas

	<i>Cronbach</i>
Variabel	Alpha

Minat Membeli (Y)	0.772
<i>Endorsement</i> (X1)	0.746
Produk halal (X2)	0.803

Sumber: Data diolah

Uji reliabilitas memberikan hasil bahwa, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel minat membeli (Y) sebesar $0,772 > 0,6$, *endorsement* (X1) sebesar $0,746 > 0,6$, dan produk halal (X2) sebesar $0,803 > 0,6$ maka dapat diartikan seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2015), uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu keadaan apabila naik atau turunnya variabel *dependent*. Pengujian regresi linier berganda dilakukan dengan minimal variabel *independent* dua.

Tabel 4.
Uji Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.061	1.814	
	X1	0.522	0.086	0.553
	X2	0.393	0.141	0.253

Sumber: Data diolah

Uji regresi linier berganda memberikan hasil, nilai konstanta (a) sebesar 5.061 menunjukkan bahwa jika koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar 5.061, artinya apabila *endorsement* (X₁) dan produk halal (X₂) nilainya adalah 0 maka minat membeli meningkat

sebesar 5.061. Nilai koefisien variabel *endorsement* (X_1) sebesar 0.552, artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan *endorsement* (X_1) akan mengakibatkan meningkatnya minat membeli (Y) sebesar 0.552. Nilai koefisien variabel produk halal (X_2) sebesar 0.393, artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan produk halal (X_2) akan mengakibatkan meningkatnya minat membeli (Y) sebesar 0.393.

Uji F

Uji F yaitu pada dasarnya menampilkan apakah seluruh variabel *independent* atau variabel bebas yang telah dimasukkan ke dalam model, terdapat pengaruh secara bersamaan terhadap variabel *dependent* atau terikat.

Tabel 5.
Uji f Simultan

Model		F	Sig.
1	Regression	61.065	.000
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Y			
b. Predictors: (Constant), X2, X1			

Sumber: Data diolah

Uji F parsial memberikan hasil bahwa *endorsement* dan Produk halal berpengaruh terhadap minat membeli. Hal ini berarti bahwa nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, yaitu $61.065 > 3.09$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$ yang menyatakan bahwa *endorsement* dan produk halal memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap minat membeli.

Uji T

Uji t_{hitung} menjelaskan hubungan variabel *independent* (Y) dan variabel *dependent* (X). Bisa dilihat bahwa didalam penelitian ini terdapat variabel: minat membeli (Y), *endorsement* (X1) dan produk halal (X2).

Tabel 3.
Uji T parsial

Model		T
1	(Constant)	2.790
	X1	6.065
	X2	2.780
a. Dependent Variable: Y		
<i>Sumber: Data diolah</i>		

Endorsement berpengaruh terhadap minat membeli, hal ini berarti bahwa nilai t-hitung variabel *endorsement* lebih besar dari 1.984 atau $6.065 > 1.984$, dan nilai signifikasi variabel *endorsement* lebih besar dari probabilitas 5%, yaitu $1.984 > 0.05$, dapat dikatakan *endorsement* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membeli dan Produk halal berpengaruh terhadap minat membeli, hal ini berarti bahwa nilai t-hitung variabel produk halal lebih besar dari 1.983 dan nilai signifikasi variabel produk halal lebih besar dari probabilitas 5%, yaitu $1.984 > 0.05$, dapat dikatakan bahwa produk halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membeli.

Uji koefisien determinasi R^2

Pada uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan pengukuran seberapa jauh kemampuan dari model yang digunakan dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat. Rentang nilai koefisien

determinasi berkisar 1-0 dari nilai yang kecil ini dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (*independent*) dalam menjelaskan variabel terikat (*dependent*) sangat terbatas. Kemudian nilai yang mendekati 1 ini menjelaskan bahwa variabel bebas (*independent*) dapat memberikan informasi mengenai variabel terikat (*dependent*) atau berpengaruh kuat (Riyanto & Hatmawan, 2020, hal. 141).

Tabel 4.
Uji Koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	0.557	0.548	2.604
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber: Data diolah

Uji koefisien determinasi memberikan hasil nilai Adjusted R Square sebesar $0.548 \times 100 = 54,8\%$. Hal ini berarti variabel Endorsement (X1) dan produk halal (X2) mampu menjelaskan variabel Minat Membeli sebesar 54,8%, sedangkan sisanya 0.994% atau 99.4% dijelaskan oleh variabel lain dilaur variabel dalam penelitian ini.

2. Pembahasan penelitian

Endorsement Terhadap Minat Membeli

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, yaitu $6.065 > 1.984$ dan nilai signifikan lebih kecil dari pada nilai probabilitas ($0.000 < 0.05$) maka dapat

diambil keputusan H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain *endorsement* dapat berpengaruh signifikan terhadap minat membeli. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden menjawab setuju terhadap pernyataan mereka yang telah melihat penjelasan *public figure* dalam mencoba produk *skin care* halal.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Yuliar Rif'adah (2019) menghasilkan bahwa *islamic endorsement* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di media sosial *instagram* safi Indonesia. Maka dengan adanya *islamic endorsement* membuat meningkatnya minat beli terhadap produk *skin care* halal.

Produk Halal Terhadap Minat Membeli

Berdasarkan hasil penelitian ini nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel $2.780 > 1.984$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada nilai probabilitas ($0.007 < 0.05$), maka dapat diambil keputusan H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain produk halal dapat berpengaruh signifikan terhadap minat membeli. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden menjawab setuju ketika mereka memperhatikan logo pada produk yang sudah tercantum BPOM dan memenuhi izin produksi.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Desi Tya Astuti (2020) menghasilkan bahwa produk halal memberikan hasil pengaruh terhadap keputusan pembelian *skin care* safi. Maka dilihat bahwa tingkat ketertarikan akan produk halal memberikan keputusan akan pembelian produk tersebut.

***Endorsement* dan Produk Halal Terhadap Minat Membeli**

Berdasarkan hasil penelitian ini dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *endorsement* dan produk halal secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat membeli, berdasarkan hasil uji f dapat dilihat diatas sebesar 61.065 dengan signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa f-hitung lebih besar dari f-tabel, yaitu $61.065 > 3.09$ dan maka nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 0,000 yang menyatakan bahwa *endorsement* dan produk halal memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap minat membeli. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Desi Tya Astuti (2020) menghasilkan bahwa *celebrity endorsement* dan produk halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skin care* safi.

E. Simpulan dan Saran

Endorsement berpengaruh terhadap minat membeli. Maka, dapat dilihat melalui jasa *endorsement* yang dilakukan oleh *public figur*, memberikan keuntungan bagi para calon konsumen sebelum melakukan pembelian produk *skin care* halal. Para calon konsumen ini melakukan pengamatan terlebih dahulu melalui para *public figure* yang telah menjelaskan *skin care* halal, sebelum mereka membeli produk tersebut. Namun beberapa konsumen ragu-ragu akan pernyataan mereka ketika memilih produk *skin care* halal karena kulit mereka yang alergi dan sensitif. Maka adanya *endorsement* ini memberikan suatu pilihan kepada calon konsumen sebelum melakukan pembelian produk *skin care* halal.

Produk halal memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Maka, dapat dilihat dengan pernyataan calon konsumen yang lebih memperhatikan logo pada kemasan *skin care* yang sudah tercantum label halal dan tercantum BPOM, serta sudah memenuhi izin produksi. Sehingga konsumen tidak khawatir akan produk yang tidak memenuhi syarat kehalalan di dalam

kemasan produk *skin care* halal tersebut. Namun beberapa konsumen tidak semua memberi pernyataan bahwa produk *skin care* halal memiliki harga yang murah untuk dibeli.

Endorsement dan produk halal memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Maka, dapat dilihat dari kedua variabel tersebut dinilai saling mempengaruhi satu sama lain terhadap minat membeli. Dengan adanya *endorsement* memberikan keuntungan bagi para calon konsumen sebelum melakukan pembelian produk *skin care* halal, adanya produk halal memberikan kemudahan calon konsumen dalam menentukan produk yang akan mereka konsumsi, khususnya konsumen muslim yang diharuskan mengonsumsi produk halal.

Peneliti menyarankan adanya jasa *endorsement* ini dapat lebih dikembangkan kembali untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dalam penelitian selanjutnya, sehingga adanya pemahaman mengenai *endorsement* ini dapat tersalurkan kepada para calon konsumen sebelum menggunakan dan mengonsumsi produk yang akan mereka beli. Peneliti menyarankan adanya penjelasan produk halal ini dapat memberikan pemahaman bagi calon konsumen sebelum mengonsumsi produk tersebut, khususnya konsumen muslim yang harus memperhatikan logo halal serta zat yang terkandung didalamnya sebelum melakukan pembelian produk tersebut. Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel atau memodifikasi variabel lainnya. Hal ini ditunjukkan agar lebih bervariasi untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dan juga untuk kesempurnaan penelitian kedepannya. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam mengumpulkan data serta mengolah data yang memungkinkan munculnya hasil yang lebih variatif dan lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani Sari & Irwansyah. (2019). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencer In Communicating Messages Using Instagram]. *Jurnal Ilmiah*, 16(29), 1–27.
- Bayanuloh, I. (2020). *Marketing Syariah*.
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(1), 187–196. www.pixability.com
- Haekal, A. (2016). *Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website*. 1(1), 181–193.
- Hanindhaputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). *Seminar Nasional Sandykala*, 29, 1–9.
- Hardilawati, W. L. (2019). Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.920>
- Hesty, R., & Puspitasari, U. (2019). *Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal*. 2(1), 1–10.
- Jubaidi, M. & N. F. (2020). *Dampak Negatif Cyberbullying Sebagai C-Crime*. 12(2), 1–18.
- Kansha, D. R. (2017). *Efektivitas Penggunaan Endorsement oleh Online Shop Giyomi di Media Sosial Instagram*. 1–11.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Kompetensi*, 11(2), 1–9. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Mansyuroh, F. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal Pada Muslim Generasi Z Di Banjarmasin*. 1–30.
- Perwitasari, N. H. (2019). *Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit*. tirto.id. <https://tirto.id/mengenal-arti-skincare-dan-tahapan-merawat-kulit-eimA>
- Rini, N. (2017). *Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim*. 32, 247–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>
- Riyanto & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.

- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (Nlec) Bandung Analysis of Customer Buying Intention on English Course Program At Language Course Northern Lights Education Ce. *e-Proceeding of Management*, 3(2), 521–527.
- Sari, N. (2021). *Perlindungan Konsumen Obat Tinjauan Umum dalam Peraturan Perundang-undangan di Indonesia*.
- Sociabuzz. (2018). Kupas Tuntas Tren Pemasaran “Endorse.” *The State Of Influencer Marketing 2018 In Indonesia*, 1–38.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sutan, F. R. (2018). *Kajian Hukum Bisnis Syariah*. 1–9.
- Tati Handayani & Pusporini. (2021). *UMKM Syariah di Industri Halal*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 1–8. [http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=st
rategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galley
FullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFrom
Year=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23
&dateTo](http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo)
- Wahyuningsih, I. (2018). *Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skin Care Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory Of Planned Behavior*. 3(1), 1–19.

ANALISIS PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Azizah Mursyidah¹, Herawati²

^{1,2}Institut Agama Islam Sahid

Email Korespondensi : azizahmursyidah9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semaraknya pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang merambah pemberdayaan UMKM. UMKM membutuhkan permodalan yang mudah dijangkau, yang memang pada dasarnya pembiayaannya itu di peruntukan untuk UMKM. BPRS hadir untuk membantu para pelaku UMKM dalam mendapatkan modal dan membantu usahanya. Pembiayaan murabahah menjadi pembiayaan yang mendominasi dan paling banyak digunakan oleh bank-bank syariah karena pembiayaan murabahah dikenal mudah, sederhana, transparan, dan memberikan rasa aman pada bank karena risiko yang timbul dapat diminimalisir/relatif lebih kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pembiayaan murabahah dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di BPRS Amanah Ummah.

Penelitian ini bersifat kualitatif dan metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengumpulan data ini dilakukan pada informan yakni pihak bank yang berkompeten di bidang pembiayaan/Account Officer (AO), nasabah BPRS Amanah Ummah, dan annual report PT BPRS Amanah Ummah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan apabila dilihat dari meningkatnya penyaluran pembiayaan terhadap pembiayaan murabahah terkhusus untuk pembiayaan modal kerja yang berkaitan dengan UMKM, peningkatan tersebut dapat dilihat dari data penyaluran pembiayaan baik itu dari data OJK maupun data internal BPRS Amanah Ummah, yang menunjukkan bahwa pembiayaan menggunakan akad murabahah dimungkinkan mampu dalam memberdayakan UMKM karena mampu memajukan roda perekonomian bagi para pelaku UMKM.

Kata kunci : Deskriptif Kualitataif, Pembiayaan Murabahah, Pemberdayaan UMKM

A. Latar Belakang Masalah

BPRS merupakan salah satu dari lembaga keuangan syariah yang dalam kegiatan usahanya berjalan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, dan selanjutnya hal tersebut diatur dalam Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia (SKDBI) No.32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang bank pembiayaan rakyat berdasarkan prinsip syariah. Salah satu target penyaluran pembiayaan yang dikeluarkan oleh BPRS adalah pelaku UMKM, yang dimana pelaku UMKM ini termasuk pada golongan sektor terbesar dalam kemajuan perekonomian Indonesia.

Sektor UMKM memiliki keunggulan dan sangat berpotensi untuk lebih dikembangkan lagi melalui suatu kebijakan yang tepat dan juga dukungan dari lembaga yang tepat. Adapun permasalahan utama yang seringkali dihadapi oleh sektor UMKM adalah berupa permodalan, yang dimana dalam memperoleh modal dari lembaga keuangan/bank para pelaku usaha khususnya mikro kecil seringkali mengalami kesulitan. Dengan semarak perkembangan sektor perbankan syariah, terutama pasca Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 maka diharapkan dapat lebih membantu para pelaku UMKM untuk berkembang melalui pembiayaan yang diberikan. (Linda Luvita, 2014. *Journal Ekonomi Islam*. Hlm. 275). Hal ini juga dikarenakan sektor UMKM rentan terkena persaingan ekonomi global, maka harus ada pihak yang membantu dalam hal permodalan dan penguatan seperti pemberdayaan oleh pihak-pihak terkait.

Berkembang pesatnya ekonomi syariah terutama pada lembaga keuangan, begitu pula bertambahnya masyarakat yang berminat untuk ikut andil dalam pembiayaan syariah, hingga membuat lembaga keuangan syariah berkembang cukup pesat sampai saat ini dengan tersebar luasnya

perbankan- perbankan syariah, BPRS, dan juga Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS).

Dalam lembaga keuangan syariah terdapat produk dalam pembiayaannya baik itu produk pembiayaan dengan akad kerjasama yaitu mudharabah dan musyarakah ada juga produk pembiayaan dengan akad jual beli yaitu murabahah, salam, dan istisna. Berdasarkan pada prinsip syariah mengenai dasar produk tersebut, bank syariah memiliki produk pembiayaan. salah satunya adalah pembiayaan dengan akad murabahah (Ba'i/jual beli), pembiayaan menggunakan akad jual beli ini banyak diminati oleh nasabah terutama untuk pembiayaan konsumtif juga produktif. Menurut Usmani murabahah pada mulanya bukan merupakan suatu cara atau modal pembiayaan (*Mode of financing*). Pada mulanya murabahah hanya sekedar suatu *sale on cost-plus basis*.

Namun setelah adanya konsep pembayaran tertunda (*the concept of deferred payment*) maka murabahah telah digunakan sebagai suatu komoditas dengan cara menyicil pembayaran harganya. Maka menurut Usmani, murabahah jangan diterima sebagai suatu moda pembiayaan yang ideal atau digunakan sebagai instrument universal untuk semua keperluan jenis pembiayaan (*financing*). Menurut Usmani, murabahah hendaknya tidak diterima sebagai langkah peralihan menuju suatu sistem pembiayaan yang ideal seperti bentuk pembiayaan musyarakah dan mudharabah. Murabahah hendaknya digunakan hanya terbatas kepada hal-hal dimana musyarakah dan mudharabah, tidak dapat digunakan sebagai cara bagi bank untuk memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabahnya. (Sjahdeini, 2010. Hlm.179-180). Namun pada faktanya pembiayaan menggunakan akad murabahah lebih banyak digunakan sebagai pembiayaan konsumtif maupun pembiayaan produktif khususnya oleh para

pelaku UMKM bahkan akad ini menjadi akad primadona di perbankan syariah.

Sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. BPRS Amanah Ummah adalah salah satu BPRS yang tumbuh dan berkembang di Indonesia khususnya di wilayah Bogor Barat, beroperasi berdasarkan pada prinsip syariah Islam, bertujuan salah satu di antaranya untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat atas dasar syariah Islam. Pada BPRS Amanah Ummah di bidang penyaluran dana, terdapat pembiayaan salah satunya pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah atau akad jual beli, yang dimana pembiayaan dengan menggunakan akad ini memiliki cukup banyak peminatnya, khususnya untuk pembiayaan konsumtif maupun pembiayaan produktif, BPRS Amanah Ummah berkembang cukup pesat dan sudah memiliki beberapa cabang di daerah Kabupaten Bogor dan sekarang sudah memiliki gedung pusat yang baru disebelah SMA Negeri 1 Leuwiliang.

Murabahah adalah salah satu produk yang ada pada perbankan syariah, bentuk transaksi yang dilakukan yaitu jual beli atau dikenal dengan kata lain yaitu *ba'i/sale*. Transaksi murabahah bukan hanya transaksi jual beli biasa seperti pada umumnya. Pada perjanjian murabahah, bank akan membiayai pembelian suatu barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang tersebut dari pemasok, kemudian bank tersebut menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan suatu *mark-up/Margin* atau keuntungan dimana bank harus memberitahukan kepada nasabah harga beli bank dari pemasok dan menyepakati berapa besar mark-up/margin yang ditambahkan ke atas harga

beli bank tersebut. Dengan kata lain penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit* (Sjahdeini, 2010. Hlm.178).

Pada dewasa ini Pembiayaan murabahah tetap menjadi primadona pada Perbankan Syariah Nasional. Pada BPRS Amanah Ummah pembiayaan murabahah menjadi primadona terutama pada tiga tahun terakhir yaitu tahun 2016-2018 rata-rata persentasenya sebesar 87,46% jauh di atas pembiayaan yang lainnya khususnya pembiayaan yang berbasis kerjasama seperti mudharabah dan musyarokah yang seharusnya menjadi pembiayaan yang ideal untuk digunakan oleh para pelaku usaha dalam menambah permodalannya, akan tetapi Perbankan Syariah/BPRS pada dewasa ini lebih banyak menggunakan pembiayaan murabahah kepada nasabah baik untuk pembiayaan konsumtif maupun pembiayaan produktif.

Adapun penyaluran dana pembiayaan berdasarkan penggunaan BPRS Amanah Ummah tahun 2016-2018 di alokasikan untuk modal kerja, investasi, dan konsumtif. Alokasi pembiayaan untuk modal kerja rata-rata persentase selama 3 tahun terakhir sebesar 35,20%. Untuk investasi sebesar 26,36%, dan alokasi pembiayaan konsumsi sebesar 38,43%. terhitung pada tiga tahun terakhir yaitu tahun 2016-2018.

BPRS Amanah Ummah tentunya memiliki strategi agar nasabah menjadi loyal terhadap BPRS Amanah Ummah, strategi yang dilakukan yaitu jempot bola yang dimana nasabah diberikan kemudahan dalam segi pembayaran angsuran entah itu dengan cara mencicil dan lain sebagainya. Strategi ini dilakukan oleh BPRS Amanah Ummah dan ternyata sangat membantu para nasabah khususnya nasabah Pembiayaan Modal Kerja (PMK) yang bersifat produktif dan terkadang pendapatan usahanya bisa naik dan turun.

B. Tinjauan Teoritis

1. Pembiayaan Murabahah dan UMKM

Murabahah adalah salah satu produk yang ada pada perbankan syariah, bentuk transaksi yang dilakukan yaitu jual beli atau dikenal dengan kata lain yaitu *ba'i/sale*. Transaksi murabahah bukan hanya transaksi jual beli biasa seperti pada umumnya. Pada perjanjian murabahah, bank akan membiayai pembelian suatu barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang tersebut dari pemasok, kemudian bank tersebut menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan suatu *mark-up/Margin* atau keuntungan dimana bank harus memberitahukan kepada nasabah harga beli bank dari pemasok dan menyepakati berapa besar *mark-up/margin* yang ditambahkan ke atas harga beli bank tersebut. Dengan kata lain penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit* (Sjahdeini, 2010. Hlm.178).

Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Sementara Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. (Danim, 2002. Hlm.51). Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi di daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah dapat memberdayakan UMKM dan dari segimaneakah dari akad murabahah tersebut yang dapat memberdayakan UMKM.

Data Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data penunjang atau sebagai pelengkap data primer dan sekunder. Data primer merupakan data informasi yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini ialah data yang diperoleh langsung dari BPRS Amanah Ummah berupa dokumen atau arsip dan juga wawancara langsung dengan pihak BPRS dibagian bidang penyaluran dana yaitu *Account Officer* (AO) dan juga kepada dua nasabah dengan pembiayaan akad murabahah.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain yang telah mengumpulkan data dilapangan. Data sekunder dalam skripsi ini adalah data yang diperoleh dari literatur kepustakaan yang terkait dengan materi yang akan dibahas, baik itu berupa buku, jurnal, surat kabar, atau sumber-

sumber lain yang relevan dengan pokok permasalahan yang telah diangkat penulis dalam skripsi ini.

D. Hasil dan Pembahasan

Pembiayaan murabahah sebagai modal kerja/usaha karena ini berkaitan dengan UMKM. Dikarenakan pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang berbasis jual beli maka nasabah/wirausaha hanya bisa menambah modal dalam bentuk barang/bahan produksi yang di butuhkan, tidak dalam bentuk uang yang bebas digunakan untuk keperluan lainnya, seperti untuk menggaji karyawan atau membayar listrik dan membayar tagihan-tagihan lainnya.

Apabila dana tersebut diperlukan untuk keperluan-keperluan lain, misalnya untuk membayar harga barang/komoditas yang sebelumnya sudah di belinya yaitu untuk refinancing dana milik nasabah yang telah digunakan untuk membeli barang/komoditas tersebut, atau untuk membayar tagihan rekening listrik atau untuk membayar gaji pegawainya, murabahah tidak bisa digunakan karena murabahah mensyaratkan jual-beli komoditas secara nyata (*a real sale of some commodities*), bukan semata-mata untuk pemberian pinjaman.

Melihat dari karakteristik akad murabahah penulis melihat bahwa pembiayaan murabahah mendominasi dan lebih banyak diminati oleh nasabah hingga pembiayaan menggunakan akad ini menjadi penggerak bagi perekonomian UMKM. Walaupun memang akad murabahah tidak di anjurkan sebagai mode of financing tetapi pada faktanya perbankan syariah lebih banyak menggunakan akad murabahah dalam pembiayaan kepada nasabah baik itu untuk konsumtif maupun produktif. Walaupun pembiayaan yang diberikan hanya berupa modal berupa barang komoditas,

nasabah tetap bisa menambah permodalannya dalam bentuk barang/bahan produksi.

Sehubungan dengan pemberdayaan, bahwa ternyata BPRS Amanah Ummah tidak memiliki program khusus untuk memberdayakan UMKM terkhusus melalui pembiayaan murabahah, tetapi strategi untuk memberdayakan UMKM selalu digalakkan oleh pihak bank terutama karyawan *Account Officer* (AO) BPRS Amanah Ummah agar nasabah bisa melunasi angsurannya dengan tempo yang telah disepakati diawal akad, entah itu dengan cara memonitoring, memberikan saran-saran dan lain sebagainya, jika nasabah tetap bisa membayar angsurannya berarti menandakan usaha nasabah masih tetap berjalan dan itupun dalam pantauan *Account Officer* (AO).

Dikarenakan pembiayaan menggunakan akad murabahah telah mendominasi dibandingkan akad pembiayaan yang berbasis kerjasama/bagi hasil seperti mudharabah dan musyarakah di perbankan syariah, maka pembiayaan murabahah ini menjadi penggerak roda perekonomian bagi UMKM, sehingga pembiayaan menggunakan akad murabahah ini mampu dalam memberdayakan UMKM.

Bagian dari akad murabahah yang memberdayakan UMKM, Penelitian terdahulu maupun dari hasil wawancara ke beberapa pihak terkait menyebutkan bahwa akad murabahah adalah akad jual beli yang paling banyak digunakan di perbankan syariah karena dikenal lebih mudah, sederhana (simple), dan transparan dengan risiko yang relatif lebih kecil (memberikan rasa aman pada bank karena risiko yang timbul dapat diminimalisir) karena hal ini maka pembiayaan murabahah telah membantu para pelaku UMKM dalam masalah permodalan baik itu dalam bentuk

barang ataupun bahan baku khususnya bahan baku produksi sehingga bisa membantu menggerakkan perekonomian para pelaku UMKM.

Bagian kedua, akad murabahah adalah akad jual beli yang pada umumnya banyak diminati, dengan adanya akad pelengkap yaitu akad wakalah (perwakilan) atau biasanya di perbankan dikenal sebagai akad murabahah bil wakalah yang artinya bank memberikan wewenang kepada nasabah untuk melakukan jual beli terhadap barang kebutuhan nasabah dengan melakukan perjanjian wakalah (perwakilan), yang pada akhirnya nasabah hanya menyerahkan kwitansi pembelian barang sebagai bukti bahwa murabahah yang ditandatangani akadnya bisa berjalan sesuai dengan prosedurnya. Dengan adanya akad pelengkap ini nasabah pembiayaan khususnya para pelaku usaha dapat lebih mudah membelanjakan barang untuk memenuhi kebutuhan pasar sehingga akan lebih tepat sasaran. Maka dari itu hal ini memudahkan nasabah khususnya para pelaku usaha yang memang masih dalam keadaan mikro dan kecil yang mayoritas masih menggunakan manajemen yang tradisional.

Bagian ketiga jika dilihat dari Statistik Perbankan Syariah (SPS) Bulan Februari 2019 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tabel 1.1
Alokasi Pembiayaan BPRS Amanah Ummah

ALOKASI PEMBIAYAAN	TAHUN 2016			TAHUN 2017			TAHUN 2018		
	NOMINAL	%	JML NSB	NOMINAL	%	JML NSB	NOMINAL	%	JML NSB
MODAL KERJA	56.067.743	36,87	1.374	54.064.229	32,60	1.424	65.381.863	36,15	937
INVESTASI	34.962.981	22,99	248	47.468.556	28,63	243	49.694.834	27,48	271
KONSUMTIF	61.053.070	40,14	1.644	64.297.781	38,77	1.365	65.792.772	36,38	1.659
JUMLAH	152.083.794	100	3.266	165.830.566	100	3.032	180.869.469	100	2.867

Sumber: Annual Report BPRS Amanah Ummah Tahun 2016-2018

Dari data tabel diatas nilai persentase rata-rata pembiayaan yang diperuntukan untuk modal kerja dari tahun 2016-2018 sebesar 35,20%. Pembiayaan berdasarkan penggunaan BPRS Amanah Ummah, alokasi pembiayaan modal kerja berada pada peringkat kedua dengan rata-rata persentase sebesar 35,20%, alokasi pembiayaan untuk investasi berada pada peringkat ketiga dengan rata-rata persentase sebesar 26,36%, dan alokasi pembiayaan konsumsi berada pada peringkat pertama dengan rata-rata persentase sebesar 38,43%. terhitung pada tiga tahun terakhir yaitu tahun 2016-2018.

Kedua data tabel di atas menunjukkan bahwa selama 3 tahun terakhir terhitung tahun 2016-2018, pembiayaan murabahah baik itu di Perbankan Syariah maupun di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tetap memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan pembiayaan yang berbasis kerja sama ataupun yang lainnya, setiap tahunnya pun pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah selalu mengalami peningkatan walaupun memang di tabel data Perbankan Syariah yang dikeluarkan OJK pada tahun 2018 pembiayaan murabahah mengalami sedikit penurunan tapi itu tidak terlalu signifikan, sedangkan pada tabel data BPRS yang dikeluarkan OJK, pembiayaan murabahah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 1.2
Laporan Posisi Keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah
Ummah 3 Tahun Terakhir / 31 Desember
(Dalam Ratusan Juta Rupiah)

Laporan Posisi Keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Ummah 3 tahun terakhir / 31 Desember			
Tipe	Tahun		
	2016	2017	2018
1. PIUTANG			
Akad Murabahah	136.716.729	143.007.358	156.127.688
Akad Istishna	4.504.537	10.500.406	7.317.974
Multijasa	111.487	140.322	244.248
2. PEMBIAYAAN			
Akad Mudharabah	3.333.333	- 7.558.333	333.333
Akad Musyarakah	3.219.500	47.667	11.900.833
Pinjaman Qordh	117.667	2.351.807	25.750
Pinjaman Rahn	2.291.965	1.991.965	2.794.782
Aset Ijarah	1.537.576		1.741.403

Jika dilihat dari data tabel di atas pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah masih mendominasi dibandingkan dengan pembiayaan lainnya dan secara nominal penyalurannya selalu meningkat setiap tahunnya. Data tersebut didapat dari annual report/buku laporan tahunan keuangan PT. BPRS Amanah Ummah pada tahun 2016-2018.

Faktor utama yang menjadikan pembiayaan murabahah ini menjadi primadona di lembaga keuangan syariah dan keberadaannya terus diminati oleh masyarakat dan masih selalu meningkat setiap tahunnya, dikarenakan jika dilihat dari karakteristik nya pembiayaan murabahah adalah pembiayaan jual beli yang sifatnya mudah dipahami oleh nasabah, transparan, sederhana (simple) dengan risiko yang relatif lebih kecil/risiko yang timbul dapat diminimalisir oleh bank, maka pembiayaan dengan menggunakan akad ini lebih banyak diminati dan pihak bank juga lebih mengarahkan kepada akad ini bukan hanya karena bank tidak mau rugi atau lain sebagainya, melainkan kebanyakan nasabah/para pelaku usaha mikro kecil lebih memilih akad ini untuk penambahan modal usahanya, karena akad ini mudah dipahami baik itu dari segi persyaratan, pembayaran angsuran dan lain- lainnya dibandingkan dengan akad kerja sama seperti mudharabah dan musyarakah terkhusus ini untuk para pelaku UMKM yang

sistem penulisan laporan keuangannya masih menggunakan sistem tradisional.

Mengenai apakah akad murabahah dapat memberdayakan UMKM, jika dilihat dari segi peningkatan dan banyaknya peminat maka pembiayaan menggunakan akad murabahah ini berpeluang dapat memberdayakan UMKM, bukti itu dapat dilihat dari data Statistik Perbankan Syariah (SPS) OJK baik itu Bank syariah maupun BPRS, bahwa pembiayaan menggunakan akad murabahah jauh lebih besar nilai nominal yang telah disalurkan untuk pembiayaan murabahah dibandingkan akad kerjasama/bagi hasil juga akad pembiayaan lainnya, dan penyaluran nominal pembiayaan menggunakan akad murabahah (jual beli) selalu meningkat setiap tahunnya. Maka dari meningkatnya peminat untuk menggunakan pembiayaan murabahah ini dibandingkan dengan akad yang lain, dapat diartikan bahwa pembiayaan ini berpeluang bahkan mampu dalam memberdayakan UMKM, dikarenakan telah membantu memajukan roda perekonomian khususnya untuk para pelaku UMKM.

Begitu juga informasi yang telah didapat dari dua nasabah/informan pada saat melakukan wawancara bahwa pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah yang disalurkan oleh BPRS Amanah Ummah benar-benar sangat membantu para pelaku UMKM khususnya kepada Ibu X Seorang pedagang pakaian dan memiliki toko pakaian di pasar leuwiliang dan Bapak Y yang memiliki produksi pembuatan sepatu futsal juga memiliki beberapa lapak untuk berjualan sepatu di pasar leuwiliang.

Kedua informan tersebut mengungkapkan bahwa pembiayaan yang dilakukan oleh BPRS Amanah Ummah benar-benar sangat membantu usahanya, kedua informan tersebut juga sudah lama menjadi nasabah di BPRS Amanah Ummah bahkan sudah sampai belasan tahun, dikarenakan

usaha para informan adalah usaha dagang maka pembiayaan yang dilakukan di BPRS Amanah Ummah menggunakan akad murabahah. Secara khusus, para pelaku usaha ini menginginkan pembiayaan yang mudah dan sederhana (simple).

Adapun banyak sekali pelayanan yang dilakukan oleh pihak BPRS Amanah Ummah khususnya oleh para karyawan *Account Officer* (AO) yang memudahkan para nasabahnya untuk membayar angsuran salah satunya dengan cara memberikan pelayanan jemput bola, nasabah diberikan kemudahan untuk mencicil angsurannya, jadi pada saat jatuh tempo pembayaran angsuran per bulan, uang yang dicicil oleh nasabah setiap harinya sudah terkumpul untuk membayar angsuran perbulannya, sehingga membuat nasabah tidak merasa keberatan dan tidak menunggak, adapun jika nasabah menunggak pihak AO juga tetap bersikap ramah dan tidak menekan nasabahnya.

Bapak Y juga sedikit menceritakan perkembangan perekonomian kehidupan keluarganya yang menjadi lebih baik karen usahanya benar-benar sangat terbantu oleh pembiayaan yang diberikan oleh BPRS Amanah Ummah melalui akad murabahah, untuk pembayaran angsuran pun pihak Bank memberikan saran yang memudahkan yaitu dengan cara mencicil setiap harinya untuk pengumpulan pembayaran angsuran per bulannya.

Selain itu, beliau juga sudah cukup lama menjadi nasabah di BPRS Amanah Ummah sekitar kurang lebih 15 tahun beliau menjadi nasabah di BPRS Amanah Ummah, dan pembiayaan terakhir yang beliau ajukan pada BPRS Amanah Ummah sebesar Rp. 50.000.000,- untuk modal usaha dengan menggunakan akad pelengkap yaitu *murabahah bil wakalah* sehingga beliau membelanjakan sendiri uangnya untuk dibelikan barang dagangan yang dibutuhkan, dan nota akan diberikan kepada pihak bank

sebagai bukti pembelian barang. Beliau juga mengungkapkan bahwa beliau benar-benar merasa terberdayakan atas bantuan pembiayaan yang dilakukan oleh BPRS Amanah Ummah. khususnya pembiayaan yang diberikan benar-benar mudah dan tidak menyusahkan nasabah.

Melihat dari uraian di atas pembiayaan murabahah telah mendominasi dan pembiayaan menggunakan akad murabahah selalu mengalami peningkatan dibanding pembiayaan menggunakan akad kerjasama seperti mudharabah dan musyarakah, sehingga pembiayaan menggunakan akad murabahah ini menjadi penggerak bagi perekonomian para pelaku UMKM, dan karena hal ini maka dapat disimulasikan bahwa pembiayaan menggunakan akad murabahah mampu dalam memberdayakan UMKM, hasil ini dapat dilihat dan dibuktikan dari data-data dan informan yang relevan.

E. Simpulan dan Saran

Pembiayaan murabahah mendominasi dibanding akad lainnya dan masih mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pembiayaan yang ada di BPRS Amanah Ummah juga di dominasi oleh pembiayaan murabahah, melihat data tiga tahun terakhir tahun 2016-2018 pembiayaan murabahah terus mengalami peningkatan dari segi nominalnya, rata-rata persentase tiga tahun terakhir yaitu sebesar 87,46%. Pembiayaan yang diperuntukan untuk modal kerja tiga tahun terakhir tahun 2016-2018 rata-rata persentasenya sebesar 35,20%, hal ini menjadi penggerak perekonomian UMKM khususnya di daerah pedesaan, maka dari itu pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah pada BPRS Amanah Ummah mampu memberdayakan UMKM.

Melihat dari karakteristik akad murabahah bahwasanya pembiayaan murabahah adalah pembiayaan jual-beli barang, yang dimana pihak bank harus memiliki barang tersebut terlebih dahulu, memberitahukan harga perolehan dari pihak ketiga lalu menjualnya kepada nasabah dengan tambahan keuntungan yang disepakati, adapun adanya akad pelengkap untuk pembiayaan murabahah yang disebut murabahah bil wakalah yang penyaluran pembiayaannya dicairkan dalam bentuk uang sehingga nasabah bisa membelanjakan barang yang tidak dapat dipenuhi oleh pihak bank, contohnya seperti barang-barang pakaian, sepatu dan lain-lain yang sifatnya bermodel dan sulit untuk bank penuhi. Dikarenakan juga banyaknya UMKM yang masih tradisional dalam laporan keuangan menyulitkan UMKM dan pihak bank untuk bertransaksi menggunakan akad kerjasama seperti mudharabah, dan kebanyakan nasabah UMKM khususnya mikro kecil lebih menginginkan pembiayaan yang mudah, sederhana dan tidak menyulitkan nasabah dalam pembayaran angsurannya. Melihat dari data dan informasi yang telah didapatkan maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan menggunakan akad murabahah mampu dalam memberdayakan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Annual Report PT. BPRS Amanah Ummah (2016-2018)
- Anshori, Abdul Ghofur. (2009). Perbankan Syariah Di Indonesia. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Antonio, M. Syafi'i. (2001). Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Gema Insani, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet.XII. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Danim, Sudarwan. (2002). menjadi peneliti kualitatif rancangan metodologi, presentasi dan publikasi hasil penelitian untuk mahasiswa dan penelitian pemula bidang ilmu sosial. Pendidikan dan humaniora. Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Novita, Nawawi, Dan Hakiem. (2014), Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM Di Kecamatan Leuwiliang (Studi Kasus BPRS Amanah Ummah) Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 5 No. 2)
- Syahdeini, Sutan Remy. (2002). Perbankan Syariah dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia. PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Syahdeini, Sutan Remi. (2010). Perbankan syariah “produk-produk dan aspek hukumny. PT Jayakarta Agung Offset, Jakarta.
- Umam, Khotibul. (2009). Trend pembentukan Bank Umum Syari’ah Pasca Undang- Undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi). BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- www.ojk.go.id diakses tanggal 5 Bulan November 2020

