



Pengaruh Pembiayaan Cicil Emas, Mitraguna, dan BSI Griya Hasanah Terhadap ROA Pada BSI Kc Makassar 2 Dengan Islamic Branding Sebagai Variabel Intervening

Hardiyanti Ade Ahsana^{1*}, Siradjuddin¹, Abdul Wahid Haddade¹

¹Prodi Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

*Corresponding author email: Haahsana@gmail.com

Article Info

Article history:

Received February 1, 2024

Approved March 5, 2024

Keywords:

Gold Installment Financing, Mitraguna, BSI Griya Hasanah, Return on Assets and Islamic Branding.

ABSTRACT

The aims of the study were to discover the effect: 1) Knowing the effect of gold installment financing on ROA; 2) Knowing the effect of partner financing on ROA; 3) Knowing the effect of BSI Griya Hasanah financing on ROA; 4) Knowing the influence of Islamic Branding on ROA; 5) Knowing the effect of gold installment financing through Islamic Branding on ROA; 6) Knowing the effect of partner financing through Islamic Branding on ROA; and 7) Knowing the effect of BSI Griya Hasanah financing through Islamic Branding on ROA at Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. This research is quantitative research with an associative approach. The data sources are primary data from questionnaires and secondary data from the financial reports of PT Bank Syariah Indonesia Makassar Branch Office 2. Data collection methods are observation, interviews, literature studies, and questionnaires with a Likert scale. The results of the study indicate that: 1) gold installment financing has a positive and insignificant effect on Return on Assets (ROA); 2) Partner financing has a positive and insignificant effect on Return on Assets (ROA); 3) BSI Griya Hasanah financing has a positive and significant effect on Return on Assets (ROA); 4) Islamic Branding has a positive and significant influence on Return on Assets (ROA); 5) Gold installment financing has a positive and insignificant effect on Return on Assets (ROA) through Islamic Branding; 6) Partner financing has a positive and insignificant effect on Return on Assets (ROA) through Islamic Branding; and 7) BSI griya Hasanah financing has a positive and significant effect on Return on Assets (ROA) through Islamic Branding at Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: 1) Mengetahui pengaruh pembiayaan cicil emas terhadap ROA; 2) Mengetahui pengaruh pembiayaan mitraguna terhadap ROA; 3) Mengetahui pengaruh pembiayaan BSI griya hasanah terhadap ROA; 4) Mengetahui pengaruh Islamic Branding terhadap ROA; 5) Mengetahui pengaruh pembiayaan cicil emas melalui Islamic Branding terhadap ROA; 6) Mengetahui pengaruh pembiayaan mitraguna melalui Islamic Branding terhadap ROA; dan 7) Mengetahui pengaruh pembiayaan BSI griya hasanah melalui Islamic

Branding terhadap ROA pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sumber data adalah data primer dari kuesioner dan data sekunder dari laporan keuangan PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar 2. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner dengan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA); 2) Pembiayaan mitraguna berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA); 3) Pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA); 4) Islamic Branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA); 5) Pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding; 6) Pembiayaan mitraguna berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding; dan 7) Pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Ahsana, H. A., Siradjuddin, S., & Haddade, A. W. (2024). Pengaruh Pembiayaan Cicil Emas, Mitraguna, dan BSI Griya Hasanah Terhadap ROA Pada BSI Kc Makassar 2 Dengan Islamic Branding Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 467–478. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i1.2390>

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan suatu entitas yang keberadaannya sangat penting bagi perekonomian suatu negara, hal ini dikarenakan perbankan memiliki fungsi sebagai suatu lembaga intermediasi keuangan. Selain itu, melalui peranannya perbankan sebagai lembaga intermediasi maka perbankan menghimpun dana masyarakat jika berlebih, dan dapat menyalurkan kepada masyarakat jika membutuhkan, bahkan perbankan juga memudahkan transaksi perekonomian baik dalam negeri maupun luar negeri.

Berdasarkan tugas dan fungsinya bank-bank yang ada di Indonesia dikelompokkan menjadi tiga jenis bank, yakni Bank Sentral, Bank umum konvensional atau syariah, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) atau Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang mengajukan permohonan dalam bentuk pembiayaan, guna menciptakan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Hukum dasar muamalat dalam Islam segala sesuatunya diperbolehkan kecuali yang dilarang, oleh karenanya dalam perekonomian kita perlu memperhatikan berbagai jenis transaksi yang dilarang dalam perbankan syariah. Sistem tata kelola perbankan syariah atau sistem keuangan Perbankan Syariah, yang kegiatannya berupa bisnis, perbankan, jasa, dan pembiayaan yang diatur oleh hukum Islam dan dilaksanakan melalui bisnis dan perbankan, dalam prakteknya di negara-negara Islam, secara hukum, sistem ekonomi dan kenegaraan, serta sosial budaya diatur sepenuhnya berdasarkan sumber-sumber Alquran, Hadis, dan pemikiran para ulama. Pengaturan sistem keuangan perbankan syariah mengacu pada konsep dan aturan yang dibuat atau terkandung dalam kitab suci yang diyakini berasal dari Tuhan. Misalnya, Islam melarang kegiatan bisnis yang mengandung perjudian, riba, paksaan, dan unsur spekulasi lainnya.

Bank syariah sebagai entitas yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah tentunya menaruh harapan besar dikalangan masyarakat muslim untuk mengamankan dananya atau menggunakan dana pada bank syariah sehingga kepercayaan masyarakat menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dijaga oleh perbankan syariah.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Bank Syariah Indonesia merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Mergernya tiga bank syariah ini berarti menyatukan kelebihan dari bank tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Bank Syariah Indonesia harus memiliki perkembangan profitabilitas sebagai penunjang perkembangan bank syariah dimasa yang akan datang, tingkat profitabilitas merupakan faktor utama yang dapat mengukur keberhasi-lan kinerja perbankan syariah, tingkat profitabilitas yang tinggi me-nunjukkan bahwa perbankan syariah mampu mengelola dana yang diamanah-kan oleh masyarakat, serta memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap jasa keuangan.

Bank umum syariah di Indonesia memiliki tingkat profitabilitas yang fluktuatif, kadang meningkat dan kadang bahkan menurun, sedangkan tingkat profitabilitas merupakan faktor utama yang dapat mengukur keberhasilan kinerja perbankan syariah, tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu mengelola dana yang diamanahkan oleh masyarakat atau dalam hal ini adalah nasabah. Peningkatan profitabilitas Bank Syariah Indonesia merupakan hal yang sangat diharapkan setelah upaya merger yang dilakukan oleh pemerintah, yakni mengharapkan terjadinya peningkatan dan perkembangan bank syariah kearah yang lebih baik. Analisis rasio profitabilitas bank syariah dapat dilihat dari nilai Return On Asset (ROA) yang diperoleh dari laporan keuangan Bank syariah Indonesia.

Pamor investasi terus menanjak bersamaan dengan semakin me-ningkatnya pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan. Investasi merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi, karena mempunyai keterkaitan dengan keberlangsungan kegiatan ekonomi dimasa yang akan datang. Investasi adalah aktivitas penanaman modal yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau perorangan dalam jangka waktu tertentu agar dapat menghasilkan manfaat di masa depan. Alasan seseorang melakukan investasi adalah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa yang akan datang.

Produk pembiayaan yang dihadirkan oleh Bank Syariah Indonesia guna memenuhi kebutuhan investasi masyarakat adalah diantaranya pembiayaan cicil emas, Mitraguna, dan BSI Griya Hasanah. Ketiga jenis pembiayaan ini menjadi sarana bagi Masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya atas ke-pemilikan emas, rumah, dan kebutuhan lainnya, selain itu pembiayaan ini juga dapat menjadi sarana investasi bagi masyarakat.

Pembiayaan cicil emas, mitraguna dan BSI Griya merupakan ragam pembiayaan yang juga dimiliki oleh lembaga konvensional, sehingga BSI harus lebih menekankan kelebihan yang

dimiliki oleh pembiayaannya, yakni dari segi Islamic Branding yang mampu menjadi nilai tambah sekaligus menunjuk-kan identitas BSI sebagai lembaga yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Apalagi jika dilihat dari seluruh bank syariah yang ada di Indonesia, BSI merupakan salah satu bank yang memiliki Islamic branding terbesar diantara bank syariah lainnya, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap BSI lebih tinggi. Banyak masyarakat yang kemudian menyamakan antara bank syariah dan bank konvensional, dengan adanya Islamic branding ini yang akan menjadikan keduanya sangat berbeda. Cicil emas, mitraguna dan BSI Griya melalui Islamic branding diharapkan mampu memberikan peningkatan terhadap ROA.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, peneliti-an ini bertujuan untuk mengetahui apakah pembiayaan cicil emas, mitraguna, dan BSI Griya melalui Islamic branding dapat berpengaruh terhadap ROA dengan study kasus pada BSI KC Makassar 2, sehingga dapat diperoleh hasil apakah dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui penyediaan pembiayaan cicil emas, mitraguna, dan BSI Griya yang sesuai dengan Islamic branding dapat mempengaruhi ROA pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yakni jenis penelitian sistematis yang digunakan untuk populasi atau sampel tertentu, dengan adanya instrumen penelitian sebagai pengumpulan data, serta menggunakan teknik analisis data untuk membuktikan hipotesis yang telah di-tetapkan. Adapun data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah data sekunder dari PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar 2, serta data primer dari hasil kusioner nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar 2.D.

Sumber Data yang dihimpun dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu :

1. Observasi
2. Wawancara (Interview)
3. Studi pustaka atau dokumentasi
4. Kusioner dalam bentuk beberapa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada nasabah untuk mengukur tingkat kemampuan PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Makassar 2 dalam menunjuk-kan identitas Islami pada suatu produk. Kusioner menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala social

Untuk Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 4.0 sebagai alat analisis, Partial Least Square (PLS) merupakan model persamaan Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis komponen atau varian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini secara ringkas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H ₁	Diduga bahwa pembiayaan cicil emas berpengaruh positif & signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis ditolak

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H ₂	Diduga bahwa pembiayaan mitraguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis ditolak
H ₃	Diduga bahwa pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis diterima
H ₄	Diduga bahwa <i>Islamic Branding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis diterima
H ₅	Diduga bahwa pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) melalui <i>Islamic Branding</i> pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis ditolak
H ₆	Diduga bahwa pembiayaan mitraguna berpengaruh positif & signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) melalui <i>Islamic Branding</i> pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis ditolak
H ₇	Diduga bahwa pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) melalui <i>Islamic Branding</i> pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.	Hipotesis diterima

Sumber: data sekunder yang diolah, 2024

1. Pengaruh Pembiayaan Cicil Emas terhadap *Return on Asset* (ROA)

Pada uji *bootstrapping* dengan perhitungan *Path Coefficient* yang menghasilkan nilai *t*-statistik dan *p-values*. menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0.552 yang lebih besar dari 0.05 ($0.552 > 0.05$) dan nilai *t*hitung sebesar 0.595 yang lebih kecil dari t_{tabel} ($0.595 < 2.10092$). Hasil tersebut menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara pembiayaan cicil emas terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Tidak terdapatnya pengaruh antara pembiayaan cicil emas terhadap *Return on Asset* (ROA) berarti menunjukkan bahwa tinggi rendahnya jumlah pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 tidak secara langsung mempengaruhi tingkat profitabilitas yang diperoleh. Hal ini berarti pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 program pembiayaan cicil emas belum memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat profitabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan mitra-guna dan BSI griya hasanah, pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 merupakan pembiayaan dengan peningkatan jumlah terkecil, sehingga perlu menjadi perhatian pengembangan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 sehingga nantinya mampu memberikan sumbangsih terhadap pengembangan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Produk cicilan emas merupakan fasilitas pembiayaan yang bertujuan untuk membeli emas lantakan (batangan) secara angsuran setiap bulannya dengan akad murabahah (jual beli).

Masyarakat umumnya lebih tertarik terhadap investasi emas perhiasan jika dibandingkan dengan investasi emas batangan, sehingga minat terhadap investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 masih tergolong rendah peningkatannya jika dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Hal ini berdampak pada sumbangsih produk pembiayaan cicil emas dalam peranannya terhadap peningkatan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Aquino Setia Negara a tahun 2013, Rosita Wati dan Rosida Dwi Ayuningtyias pada tahun 2019, yang menunjukkan bahwa pembiayaan cicil emas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Lasty Agustuty D. tahun 2018, yang justru menemukan bahwa pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2. Pengaruh Pembiayaan Mitraguna terhadap *Return on Asset* (ROA)

Pada uji *bootstrapping* dengan perhitungan *Path Coefficient* yang menghasilkan nilai *t-statistik* dan *p-values*. menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0.4672 yang lebih besar dari 0.05 ($0.467 > 0.05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 0.728 yang lebih kecil dari t_{tabel} ($0.728 < 2.10092$). Hasil tersebut menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara pembiayaan mitraguna terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Karena itu, hipotesis kedua yang menyebutkan pembiayaan mitraguna ber-pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 ditolak.

Tidak terdapatnya pengaruh antara pembiayaan mitraguna terhadap *Return on Asset* (ROA) berarti menunjukkan bahwa tinggi rendahnya jumlah pembiayaan mitraguna pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 tidak secara langsung mempengaruhi tingkat profitabilitas yang diperoleh. Hal ini berarti pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 program pembiayaan mitraguna belum memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat profitabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan BSI griya hasanah dan cicil emas, pembiayaan mitraguna pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 merupakan pembiayaan yang mengalami penurunan jumlah pembiayaan yang sangat besar, sehingga harus menjadi perhatian oleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Penurunan jumlah pembiayaan mitra-guna hasanah merupakan sinyal negatif terhadap peningkatan pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, meskipun tidak signifikan tetapi pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh positif, sehingga menurunnya pembiayaan mitraguna secara tidak langsung akan berdampak pada profitabilitas.

Pembiayaan mitraguna pada Bank Syariah Indonesia merupakan layanan pembiayaan ragam kebutuhan atau multiguna dengan sumber pem-bayaran dari gaji atau pendapatan pegawai tetap. Terbatasnya peruntukan produk pembiayaan mitraguna ini mengakibatkan penurunan yang sangat besar jumlahnya, banyak masyarakat yang mengajukan pembiayaan namun terkendala dengan persyaratan dari produk ini. Hal ini berdampak pada sumbangsih produk pembiayaan mitraguna dalam peranannya terhadap peningkatan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Pembiayaan mitraguna merupakan pembiayaan dengan akad mudharabah, sehingga hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Taufik Hidayat dan M. Ruslianor Maika pada tahun 2023, yang menunjukkan bahwa mudharabah tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang

dilakukan oleh Ayesha Sekar Damayanti dan Veni Soraya Dewi pada tahun 2021, yang justru menemukan bahwa mudharabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

3. Pengaruh Pembiayaan BSI Griya Hasanah terhadap Return on Asset (ROA)

Pada uji *bootstrapping* dengan perhitungan *Path Coefficient* yang menghasilkan nilai *t-statistik* dan *p-values*. menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$) dan nilai *t* hitung sebesar 3.343 yang lebih besar dari dari t_{tabel} ($3.343 > 2.10092$). Hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh antara pembiayaan BSI griya hasanah terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, nilai *t-statistik* yang positif menunjukkan pengaruh yang positif. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyebutkan pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 diterima.

Pengaruh antara BSI griya hasanah terhadap Return On Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 menunjukkan pengaruh yang positif, yang artinya semakin tinggi jumlah peningkatan pembiayaan BSI griya hasanah maka semakin tinggi pula tingkat profitabilitas yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, begitupun sebaliknya semakin rendah jumlah peningkatan pembiayaan BSI griya hasanah maka semakin rendah pula tingkat profitabilitas yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Hal ini berarti pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 produk pembiayaan BSI griya hasanah telah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat profitabilitas, sehingga perlu menjadi perhatian bagi Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 untuk senantiasa memastikan bahwa terjadi peningkatan pada jumlah pembiayaan BSI griya hasanah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan pembiayaan mitraguna dan cicil emas, pembiayaan BSI griya hasanah pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 merupakan pembiayaan yang memiliki peningkatan pembiayaan yang paling besar serta penurunan yang paling kecil, hal ini berdampak positif guna menunjang peningkatan profitabilitas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

BSI Griya Hasanah adalah layanan pembiayaan kepemilikan rumah yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Layanan ini mencakup pembelian rumah baru, *second*, ruko, rukan, apartemen, *take over*, serta layanan *top up* guna memenuhi kebutuhan nasabah. Kebutuhan akan kepemilikan rumah tiap tahunnya terus meningkat, terdapatnya produk BSI griya hasanah mempermudah nasabah untuk memperoleh kepemilikan rumah yang merupakan kebutuhan primer. Hal ini berdampak pada sumbangsih produk pembiayaan BSI griya hasanah dalam peranannya terhadap peningkatan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rela Setia pada tahun 2023, yang menunjukkan bahwa pembiayaan kepemilikan rumah berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Umayah pada tahun 2017, yang justru menemukan bahwa pembiayaan kepemilikan rumah tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

4. Pengaruh Islamic Branding terhadap Return on Asset (ROA)

Pada uji *bootstrapping* variabel intervening dengan perhitungan *Path Coefficient* yang menghasilkan nilai *t-statistik* dan *p-values*. menunjukkan nilai nilai *p-values* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan nilai *t* hitung sebesar 8.690 yang lebih besar dari dari t_{tabel} ($8.690 > 2.10092$). Hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh antara *Islamic branding* terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, nilai *t-statistik* yang positif menunjukkan pengaruh yang positif. Karena itu, hipotesis keempat yang menyebutkan *Islamic*

branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 diterima.

Pengaruh antara *Islamic branding* terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 menunjukkan pengaruh yang positif, yang artinya jika produk yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 memiliki *Islamic branding* yang tinggi dimata nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat profitabilitas yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, begitupun sebaliknya jika produk yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 memiliki *Islamic branding* yang rendah dimata nasabah maka semakin rendah pula tingkat profitabilitas yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Hal ini berarti *Islamic branding* Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 merupakan upaya segmen-tasi pasar guna menempatkan produknya ditengah-tengah masyarakat muslim perlu menjadi perhatian, bukan hanya sekedar peningkatan profita-bilitas tetapi identitas sebagai suatu entitas yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic branding* Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 yang dinilai oleh nasabah perbulannya secara umum terjadi peningkatan, hal ini diikuti dengan terjadinya peningkatan profita-bilitas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, yang artinya peningkatan *Islamic branding* menunjang peningkatan profitabilitas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Banyak literatur yang menyatakan bahwa agama merupakan elemen fundamental dalam kebudayaan kita dan berhubungan dengan berbagai aspek kehidupan serta perilaku konsumen. Aspek agama dalam penentuan muamalah merupakan dasar dalam pengembangan bank syariah di Indonesia, termasuk di Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, tidak dapat dipungkiri bahwa unsur syariat merupakan alasan fundamental pemilihan bank syariah oleh nasabah, sehingga peningkatan *Islamic branding* atau citra Islami pada produk perbankan syariah perlu diperhatikan. Hal ini berdampak pada sumbangsih *Islamic branding* dalam peranannya terhadap peningkatan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, dan identitasnya sebagai entitas yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.

5. Pengaruh Pembiayaan Cicil Emas terhadap *Return on Asset* (ROA) melalui *Islamic Branding*

Pengujian terhadap pengaruh mediasi antara variabel intervening dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus *sobel*, Berdasarkan perhitungan *sobel* menunjukkan nilai t sebesar 0.251 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0.251 < 2.10092$), yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut tidak signifikan, dengan demikian hipotesis kelima yang menyebutkan pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) melalui *Islamic branding* pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 ditolak.

Islamic branding tidak dapat memediasi pengaruh pembiayaan cicil emas terhadap *Return on Asset* (ROA), yang artinya terdapat pengaruh tidak langsung antara pembiayaan cicil emas terhadap *Return on Asset* (ROA) yang tidak dapat dimediasi oleh *Islamic branding*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam produk pembiayaan cicil emas, nasabah tidak terlalu mempertimbang-kan *Islamic branding*, sehingga meskipun dengan *Islamic branding* yang tinggi pembiayaan cicil emas belum mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Hal ini disebabkan oleh rendahnya peningkatan dari pembiayaan cicil emas, sehingga meskipun dengan melalui *Islamic branding* tetap tidak mampu menunjukkan pengaruhnya

terhadap peningkatan *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Meskipun tidak signifikan, tetapi mediasinya masih bernilai positif, sehingga perlu adanya upaya peningkatan baik dari segi pembiayaan cicil emas maupun dari segi *Islamic branding* pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Pembiayaan cicil emas menjadi polemik ditengah-tengah masyarakat tentang diperbolehkannya dalam syariat Islam, karena jual beli emas secara kredit dianggap tidak memenuhi syarat-syarat jual beli emas sebagai barang ribawi di mana harus ada pembayaran secara tunai atau kontan, sehingga cicil emas pada Bank Syariah Indonesia dianggap melanggar aturan syariat. Namun, pada dasarnya investasi emas boleh dengan catatan jual beli emas tersebut dilakukan secara tunai, hal ini apabila emas merupakan alat tukar berbeda halnya jika emas merupakan sebuah komoditas yang diperjual belikan. Jual beli emas secara tidak tunai dihukumi boleh dan tidak termasuk riba jual beli, Jika merujuk kepada kegunaan emas sendiri, tidak salah jika komoditi ini dijadikan suatu barang simpanan, tentunya dengan alasan bahwa emas mudah disimpan dan tergolong barang yang mudah dijual sewaktu-waktu. Landasan hukum investasi emas pada bank syariah antara lain Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai, Surat Edaran BI (SE BI) Nomor 14/7/DPBS tentang Produk Qardh Beragunan Emas bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), Fatwa DSNMUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, dan Fatwa DSN MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas. Perbedaan pendapat tersebut tentunya memberikan dampak terhadap kekhawatiran masyarakat menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2, sehingga perlu adanya edukasi lebih jauh lagi kepada masyarakat mengenai landasan hukum diperbolehkannya produk ini.

6. Pengaruh Pembiayaan Mitraguna terhadap *Return on Asset* (ROA) melalui *Islamic Branding*

Pengujian terhadap pengaruh mediasi antara variabel intervening dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus *sobel*, Berdasarkan perhitungan *sobel* menunjukkan nilai t sebesar 0.293 tersebut lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0.293 < 2.10092$), yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut tidak signifikan, dengan demikian hipotesis keenam yang menyebutkan pembiayaan mitra-guna berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) melalui *Islamic branding* pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 ditolak.

Islamic branding tidak dapat memediasi pengaruh pembiayaan mitra-guna terhadap *Return on Asset* (ROA), yang artinya terdapat pengaruh tidak langsung antara pembiayaan mitraguna terhadap *Return on Asset* (ROA) yang tidak dapat dimediasi oleh *Islamic branding*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam produk pembiayaan mitraguna, nasabah tidak terlalu mempertimbangkan *Islamic branding*, sehingga meskipun dengan *Islamic branding* yang tinggi pembiayaan mitraguna belum mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Hal ini disebabkan oleh tingginya penurunan yang terjadi pada pembiayaan mitraguna, sehingga meskipun dengan melalui *Islamic branding* tetap tidak mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap peningkatan *Return on Asset* (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. Penurunan yang cukup besar pada pembiayaan mitraguna disebabkan oleh terbatasnya masyarakat yang dapat menggunakan produk ini, sedangkan *Islamic branding* secara umum merupakan penilaian nasabah terhadap keseluruhan produk dari Bank Syariah Indonesia

KC Makassar 2, sehingga *Islamic branding* tidak signifikan memediasi hubungan antara pembiayaan mitraguna terhadap profitabilitas. Meskipun tidak signifikan, tetapi mediasinya masih bernilai positif, sehingga perlu adanya upaya peningkatan baik dari segi pembiayaan mitraguna maupun dari segi *Islamic branding* pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

7. Pengaruh Pembiayaan BSI Griya Hasanah terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding

Pengujian terhadap pengaruh mediasi antara variabel intervening dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus *sobel*. Berdasarkan perhitungan *sobel* menunjukkan nilai t sebesar 2.5781 tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2.5781 > 2.10092$), yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut signifikan, nilai t yang positif menunjukkan pengaruh positif, dengan demikian hipotesis ke-tujuh yang menyebutkan pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui *Islamic branding* pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2 diterima.

Islamic branding mampu memediasi pengaruh pembiayaan BSI griya hasanah terhadap Return on Asset (ROA), yang artinya terdapat pengaruh tidak langsung antara pembiayaan BSI griya hasanah terhadap Return on Asset (ROA) yang dimediasi oleh *Islamic branding*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam produk pembiayaan BSI griya hasanah, nasabah sangat mempertimbangkan *Islamic branding*, sehingga dengan melalui *Islamic branding* yang tinggi pembiayaan BSI griya hasanah mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

Hal ini disebabkan oleh tingginya peningkatan yang terjadi pada pembiayaan BSI griya hasanah yang melalui peningkatan *Islamic branding* sehingga mampu memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. BSI griya hasanah merupakan pembiayaan kepemilikan rumah yang di-rancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Layanan ini mencakup pembelian rumah baru, *second*, ruko, rukan, apartemen, *take over*, serta layanan *top up* guna memenuhi kebutuhan nasabah. Sehingga telah jelas dalam syariat Islam akad yang digunakan dalam pembiayaan BSI griya hasanah adalah akad murabahah, pembiayaan dengan konsep murabahah ini telah diatur dalam Fatwa Dewan Syari'ah No.04/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 april 2000 tentang Murabahah. Akad Murabahah yaitu akad jual beli barang, dalam hal ini adalah rumah, dimana penjual menyatakan harga perolehannya dan margin. Tingginya antusias masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan rumah melalui BSI syariah dan melalui kejelasan diperbolehkannya pembiayaan ini dimata masyarakat mampu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

KESIMPULAN

Terkait dengan hasil penelitian yang telah dipaparkan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa: 1. pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. 2. Pembiayaan mitraguna berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. 3. Pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. 4. Islamic Branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. 5. Pembiayaan cicil emas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding pada Bank Syariah Indonesia KC

Makassar 2. 6. Pembiayaan mitraguna berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2. 7. Pembiayaan BSI griya hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Asset (ROA) melalui Islamic Branding pada Bank Syariah Indonesia KC Makassar 2.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran: 1. Kepada Bank Syariah Indonesia KC. Makassar 2 agar dapat memperhatikan rendahnya minat masyarakat terhadap pembiayaan cicil emas, besarnya penurunan pembiayaan mitraguna, dan yang paling utama peningkatan dari pembiayaan BSI griya hasanah dan Islamic branding guna peningkatan Return on Asset (ROA). 2. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan analisis periode penelitian lebih banyak lagi, serta diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai variabel lain yang mungkin mempengaruhi Return on Asset (ROA).

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, Taudlikul. (2017). Influence Analysis Of Mudharabah Financing And Qardh Financing To The Probability Of Islamic Banking In Indonesia. *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 2(3), 51-340.
- Agustuty, D. Istry. (2018). Pengaruh Penjualan Produk Investasi Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Gowa. *Jurnal Ilmiah Akutansi Peradaban*, 4(2), 35-48.
- Aziz, Nur Asia Muhammad Yaasiin Raya, and Bariiek Ramadhani Pababbari. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Pembiayaan Bsi Griya Hasanah. *Iqtishaduna*, 3(4), 23-30.
- Burhan, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Damayanti, A. S. (2021). Pengaruh Pembiayaan Syariah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Borobudur Accounting* 1(2), 128-36. <https://doi.org/10.31603/bacr.5926>.
- Djamil, F. (2015). *hukum ekonomi islam, sejarah, teori dan konsep*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Fitriya, Elok. (2017). Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk. *Jurnal Ilmiah Akutansi Indonesia*, 2(1), 31-41.
- Ghozali, Imam. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidz Zulfikar, J. (2021). Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam. *Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 96-110.
- Hair Jr, J.F, M Sarstedt, C.M.Ringle, And S. P Gudergan. (2017). *Advanced Issues In Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Modeling: Sage Publication.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Hidayat, M. Taufik, M. Ruslianor Maika. (2022). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Dan Ijarah Terhadap Profitabilitas Bank Muamalat Indonesia. *Islamic Banking And Finance*, 6(1), 346-57. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i03.314>.
- Putri, Shafira Arista, Dini Dewindaru, Eha Nugraha. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Sebelum Dan Setelah Merger. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 85-94.

- Soetomo. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat : Mungkinkah Muncul Antitesinya*. Yogyakarta: Pelajar Pustaka.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sutedi , Adrian. (2009). *Perbankan Syariah Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Windy Astuti , Neng Rima , Mila Sari Oktapianti. (2023). Mekanisme Penggunaan Akad Murabahah Dalam Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Kc Purwakarta Gandanegara. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* , 3(1) , 340-451 . <https://doi.org/10.37726/jammiah.v3i1.459>.