

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan mengirimkan jasa pengiriman uang.¹ Menjembatani para penabung dengan investor karena tabungan hanya bermanfaat bila diinvestasikan, sedangkan para penabung tidak dapat diharapkan untuk sanggup melakukannya sendiri dengan terampil dan sukses, bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan yang mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan skema dan pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.²

¹ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013) 18

²Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2010) 1

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.³

Perkembangan perbankan syariah tidak serta merta menjadikan perbankan syariah menjadi semakin kokoh dan kuat serta mampu memimpin pangsa pasar industri perbankan nasional. Agar perbankan syariah menjadi semakin kokoh dan kuat, serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya maka diperlukan pertumbuhan asset yang signifikan. Untuk mencapai tujuan ini tentunya diperlukan manajemen dana yang baik atau biasa dikenal dengan istilah *Assets Liability Management*. Manajemen dana adalah suatu proses pengelolaan dana suatu bank, artinya bagaimana bank bisa menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan penumpukan sumber dana, baik penumpukan dari masyarakat atau dari

³Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta, Kencana Prenamedia Group, 2013), 29

modal sendiri, disamping kebijakan yang berkaitan dengan pengalokasian atau penempatan dana sedemikian rupa sehingga mencapai tingkat pendapatan yang optimal serta sesuai dengan peraturan yang ditetapkan bank sentral.⁴

Untuk meningkatkan pertumbuhan Perbankan Syariah harus meningkatkan kemampuannya dengan strategi promosi. Promosi merupakan salah satu bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai orang lain.⁵ Pemasaran menjadi salah satu kegiatan yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan perusahaan, produk dan jasa Perbankan Syariah. Dengan promosi masyarakat dapat mengetahui dan memiliki minat untuk membeli manfaat dari produk yang ditawarkan oleh bank. Promosi sebagai salah satu usaha yang paling utama yang

⁴Veitzhal rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, 2013, hal 165.

⁵ Fitri Ana Siregar. *Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017*. Uin Jakarta.

dilakukan oleh Bank Syariah untuk meningkatkan profitabilitas. Seperti yang kita ketahui, bahwa produk Perbankan Syariah berkisar kepada jasa keuangan seperti tabungan, deposito, giro, pembiayaan KPR dan fitur lainnya dan relatif sama dengan antar bank lainnya di Indonesia. Mengingat produk perbankan yang sama tersebut, semakin banyak jumlah bank yang beroperasi semakin ketat pula persaingan. Sehingga promosi memegang peranan yang sangat penting di dunia perbankan. Tanpa promosi yang memadai kemudahan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah tidak akan optimal.

Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Promosi juga berarti aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa yang ditunjukkan kepada masyarakat, dengan tujuan produk atau jasa perusahaan dikenal oleh masyarakat serta dapat

mempengaruhi masyarakat supaya berminat untuk membeli dan menggunakan jasa perusahaan.⁶

Dalam teorinya semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh perusahaan.⁷ Dimana diharapkan akan memberikan respon positif terhadap penjualan produk simpanan meningkat, dengan demikian diharapkan pula dapat meningkatkan pertumbuhan profitabilitas Perbankan Syariah. Dengan kata lain, efektifitas dan efisiensi sebuah promosi tergantung dari kemampuan karyawan yakni kemampuan tenaga kerjanya.

Tenaga kerja adalah usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk.⁸ Tenaga kerja merupakan hal yang dibutuhkan sejak awal berdirinya perusahaan, menjalankan produksi, bahkan hingga produk

⁶Lisna Asmania, *Strategi "Personal Selling" Sepeda Motor Yamaha Dalam Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

⁷ Muhammad Syukriadi. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Modernisasi*. UIN Alauddin Makassar.

⁸ Sedjun H. Manulang, *Pokok-Pokok Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*, (Jakarta: PT. Asdi Mahastya), H 3.

tersebut dipasarkan. Tenaga kerja yang baik sangat dibutuhkan perusahaan untuk memproduksi barang yang baik agar dapat menunjang kegiatan promosi dan tenaga kerja akan bekerja dengan baik apabila hak-haknya sebagai karyawan dipenuhi perusahaan, begitu juga tenaga kerja bank syariah di Indonesia. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut.⁹ Seluruh biaya karyawan yang secara langsung ikut memproduksi disebut biaya tenaga kerja langsung.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu bank dalam mengasilkan keuntungan baik berasal dari kegiatan oprasional bank.¹⁰ Setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan produktivitas dan laba perusahaan. Kinerja keuangan bank merupakan suatu ukuran yang menggambarkan kondisi bank. Bagi nasabah, sebelum mendepositokan dananya di suatu bank mereka akan melihat

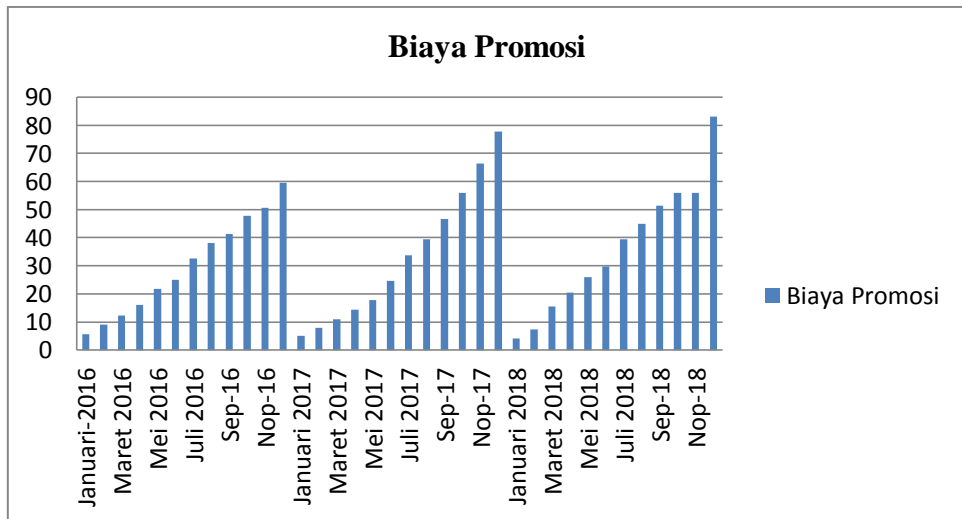
⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN 2012). Hal 319.

¹⁰Tri Hendro SP dan Conny Tjandra, *Bank Dan Institusi Keuangan Non Bank Di Indonesia*,(Yogyakarta: UTT STIM YKPN, 2014) H. 206.

terlebih dahulu kinerja keuangan bank tersebut melalui laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi. Salah satu indikator yang digunakan untuk melihat kinerja keuangan dari sisi profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA). *Return On Assets* digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan yang dihasilkan dari rata-rata total asset bank yang bersangkutan.¹¹ *Return On Assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya dari seluruh perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri, semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Berikut ini tabel biaya promosi, biaya tenaga kerja dan profitabilitas.

¹¹ Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori Kebijakan, dan Study Empiris di Indonesia*(Jakarta: Erlangga, 2010), H.166.

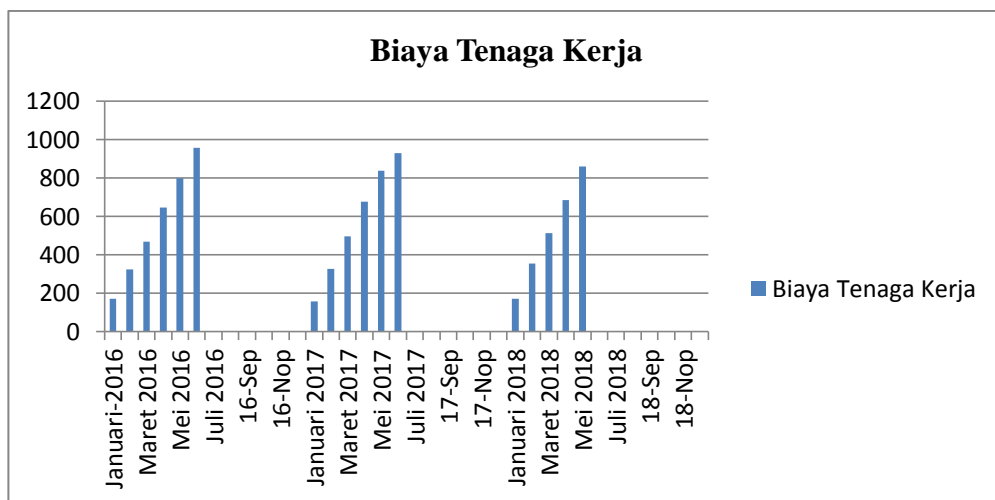
Gambar 1.1
Grafik Perkembangan Biaya Promosi



Sesuai dengan grafik diatas diketahui bahwa Biaya Promosi Bank Syariah Mandiri periode 2016-2018 tertinggi berada pada bulan Desember 2018 yaitu sebesar 83.078 dan terendah pada bulan Januari 2018 yaitu 4.176. Selama periode ini Biaya Promosi terus mengalami peningkatan, akan tetapi sempat mengalami penurunan pada periode tertentu.

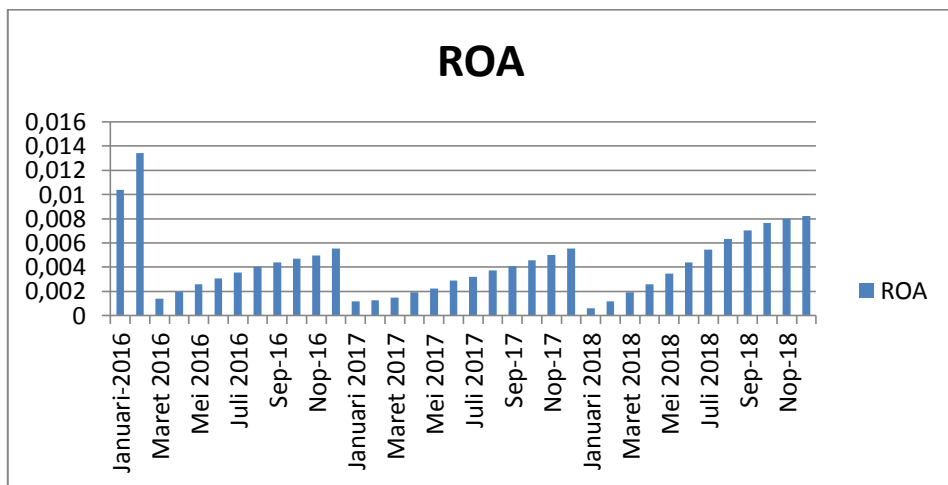
Gambar 1.2

Grafik Perkembangan Biaya Tenaga Kerja



Sesuai dengan grafik diatas diketahui bahwa Biaya Tenaga Kerja Bank Syariah Mandiri periode 2016-2018 tertinggi berada pada bulan Desember tahun 2018 yaitu 2.172.902 dan terendah pada bulan januari tahun 2017 yaitu 157.226. Selama periode ini biaya tenaga kerja terus mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tertentu.

Gambar 1.3
Grafik Perkembangan ROA



Dari grafik diatas diketahui bahwa Return On Asset bank syariah mandiri periode 2016-2018 tertinggi pada bulan Desember tahun 2018 yaitu 0,008243 % dan terendah pada bulan januari 2016 yaitu 0,000385 %. Selama periode ini ROA mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tertentu.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa biaya promosi, biaya tenaga kerja dan ROA mengalami fluktuasi selama kurun 2016-2018.

Pembahasan ini menarik untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian dengan topik Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerjaterhadap Profitabilitas menuangkan kedalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018**

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diperoleh permasalahan yaitu Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri periode 2016-2018.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan dalam penelitian ini, penulis membatasi pembahasan yaitu meliputi Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018,

agar pembahasan tidak menyimpang dari yang diharapkan maka permasalahan di batasi pada:

1. Biaya promosi
2. Biaya tenaga kerja
3. Profitabilitas (ROA)

D. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah penulis paparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas adalah Bagaimana Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018?

E. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga kerja Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi :

1. Bagi penulis

Sebagai media pengembangan wawasan tentang biaya promosi yang saya pelajari diperkuliahan dan sekaligus memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang tersebut.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Untuk menambah referensi bahan pembelajaran dan bahan kajian tentang biaya operasional dan pengaruhnya terhadap profit.

3. Bagi masyarakat

Sebagai sarana pengembangan wawasan dan pengetahuan tentang biaya promosi dan biaya tenaga kerja terhadap profitabilitas (ROA) yang ada di Perbankan Syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Perusahaan memiliki berbagai alasan dilakukannya kegiatan ekonomi, dan alasan yang paling mendasar ialah karena adanya kebutuhan masyarakat padabarang dan jasa. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan pasti semakin baik pula nilai perusahaanya.

Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh perusahaan.¹² Dimana diharapkan akan memberikan respon positif terhadap penjualan produk simpanan meningkat, dengan demikian diharapkan pula dapat meningkatkan pertumbuhan profitabilitas perbankan syariah.

Promosi pada prinsipnya merupakan kegiatan yang dilakukan produsen untuk menarik konsumen baru maupun untuk mempertahankan yang sudah ada agar tertarik serta

¹² Muhammad Syukriadi. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Modernisasi. UIN Alauddin Makassar.*

konsisten menggunakan produk/jasa yang perusahaan hasilkan.

Tenaga kerja merupakan penduduk usia kerja atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka. Permintaan tenaga kerja adalah hubungan antara tingkat upah dan kuantitas tenaga kerja yang dikehendaki oleh perusahaan untuk dipekerjakan. Tenaga kerja akan bekerja dengan baik apabila hak-haknya dipenuhi yang mana ini diperhitungkan perusahaan sebagai biaya tenaga kerja. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut.¹³

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan asset

¹³Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta:UPP-STIM YKPN 2012). Hlm.319.

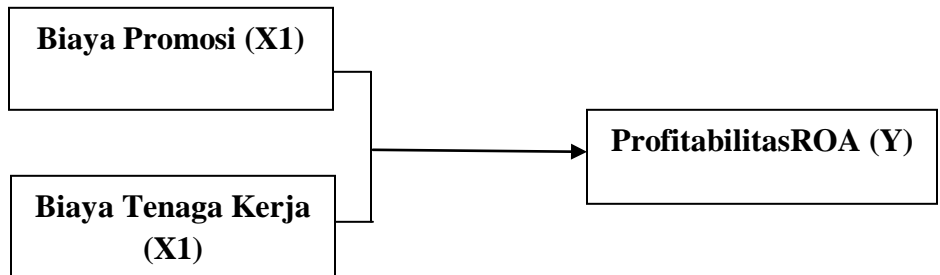
bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholder equity*)¹⁴

Kemampuan bank dalam menghasilkan profit tergantung pada manajemen dalam mengelola asset dan liabilities yang ada dan secara kuantitatif dapat dinilai dengan menggunakan *Return On Asset* dan *Return On Equity*. *Return On Asset* digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba sebelum pajak) yang dihasilkan dari rata-rata total asset bank yang bersangkutan.

Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

Berdasarkan uraian pemikiran diatas, diduga biaya promosi dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan bank memiliki pengaruh terhadap profitabilitas bank. Maka kerangka pemikiran dapat digambarkan pada gambar:

¹⁴ Hendra S. Raharjaputra, *Manajemen Keuangan Dan Akuntansi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), H 205



Keterangan:

1. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, adalah ProfitabilitasROA(Y)
2. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, adalah Biaya Promosi dan BiayaTenaga Kerja. (X)

H. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan hasil penulisan yang terstruktur dan sesuai dengan kaidah penulisan, maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut :

BAB Kesatu: pendahuluan, membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikirandan sistematika penulisan.

BAB Kedua: Merupakan tinjauan pustaka, bab ini merupakan bab yang berisi tentang Tinjauan Pustaka, hasil-hasil penelitian yang relevan dan hipotesis.

BAB Ketiga : Merupakan metode penelitian. Bab ini merupakan bab yang menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan hipotesis statistik.

BAB Keempat : Merupakan deskriptif Hasil penelitian dan pembahasan, bab ini menjelaskan hasil penelitian dari analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB Kelima: Penutup, bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari pembahasan yang ditulis oleh peneliti dan saran-saran