

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Quran dan Hadits Nabi SAW, dengan kata lain Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah menghindari sistem bunga dalam mengoperasikan usahanya. Keberadaan bank syariah / bank Islam dapat dijadikan sebagai solusi alternatif terhadap persoalan tentang adanya pertentangan antara bunga dengan riba.¹

¹ Mohammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta:Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Juli 2005), h.1

Pendirian bank Syariah sudah lama dicita-citakan oleh umat Islam di Indonesia, hal ini terungkap dalam keputusan Majelis Tarjih Muhammadiyah yang diadakan di Sidoarjo, Jawa Timur pada tahun 1980, Majelis Tarjih menyampaikan kepada Pimpinan Pusat Muhammadiyah untuk mengusahakan terwujudnya konsepsi sistem perekonomian, khususnya Lembaga perbankan yang sesuai dengan kaidah Islam. Kedudukan bank Syariah dalam sistem perbankan Nasional terbuka setelah dieluarkannya UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Dalam pasal 13 (c) 2. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa salahsatu bank perkreditan rakyat, menyediakan pembagian bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh peraturan pemerintah. Menyikapi hal tersebut, pemerintah mengeluarkan PP No 72 tahun 1992, tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil dan diundangkan pada tanggal 30 Oktober 1992 dalam lembaran Negara Republik Indonesia No 119 tahun 1992. Dalam PP tersebut tegas dinyatakan bahwa bank dengan prinsip bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan

usaha yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil, sebaliknya bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu bank dalam menghasilkan keuntungan baik berasal dari kegiatan operasional bank. Ukuran profitabilitas ada dua faktor yang mempengaruhi Profitabilitas, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor mikro atau faktor spesifik bank yang menentukan *profitabilitas*. Faktor internal meliputi produk pembiayaan bank, performance financing, kualitas aset dan modal. Faktor eksternal meliputi struktur pasar, produk domestik bruto, inflasi, tingkat suku bunga dan tingkat pertumbuhan pasar.

Faktor internal salah satunya dana pihak ketiga yang dapat mempengaruhi *profitabilitas* bank memberikan pesan kepada pihak manajemen bank syariah agar mampu menjaga kondisi internal dan untuk memperoleh modal selain modal sendiri tentunya bank akan melakukan penghimpunan melalui

berbagai produk. Sumber dana terpenting dan menjadi bagian terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Semakin besar dana pihak ketiga yang dihimpun bank syariah, semakin memperkuat fungsi bank sebagai penyalur dana yang bertujuan memperoleh profit tinggi.

Profitabilitas terdiri dari unsur pendapatan Bank. Unsur ini tergantung pada jasa yang ditawarkan oleh bank. Bank memberikan pinjaman, melakukan investasi portfolio, melakukan pengiriman uang, dan sebagainya.²

Return On Assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya dari seluruh perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang

² Simorangkir. Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank, Bogor: Ghalia Indonesia 2000

baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.³

Belakangan ini kemajuan dan perkembangan bank syariah secara kuantitatif sangat menggembirakan. Perkembangan ini tentunya akan semakin berkembang untuk masa-masa yang akan datang.⁴ Bank syariah adalah bank yang berpotensi dengan tidak mengandalkan pada bungayang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW.⁵ Perkembangan perbankan syariah tidak serta merta menjadikan perbankan syariah menjadi semakin kokoh dan kuat serta mampu memimpin pangsapasar 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 semua tentunya diperlukan manajemen dana yang baik atau biasa dikenal dengan istilah *Asset*

³ Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Radja Grafindo Persada. 2012

⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002

⁵ Karnaen Perwataatmaja dan M Syafe'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakta Wakaf, 1997

Liability Managemen. Manajemen dana adalah suatu proses pengelolaan dana suatu bank, artinya bagaimana bank menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan penumpukan sumber dana, baik penumpukan dari masyarakat atau dari 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.⁶

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.⁷ Pemasaran menjadi salah satu kegiatan yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan perusahaan, produk

⁶ Veithzal Rifal, Manajemen Sumberdaya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktek, Rajagrafindo Persada, Bandung.

⁷ Philip Kotler dan Gary Amastrong, Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing) Edisi Bhasa Indonesia, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga

dan jasa perbankan syariah. Dengan promosi, masyarakat dapat mengetahui dan miliki minat untuk membeli manfaat dari produk yang ditawarkan oleh bank. Promosi sebagai salah satu usaha yang paling utama yang 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 relative 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, setiap bank syariah memiliki dana khusus untuk kegiatan promosi bahkan dalam jumlah yang tidak sedikit.

Dalam teorinya apabila biaya promosi dinaikkan dari sebelumnya maka akan meningkatkan kegiatan promosi, di mana diharapkan akan memberikan respon positif terhadap

penjualan akan produk simpanan bank syariah. Bila penjualan produk simpanan (dana pihak ketiga) meningkat, dengan demikian diharapkan pula dapat meningkatkan pertumbuhan *profitabilitas* perbankan syariah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) inflasi adalah kemerosotan nilai uang (kertas) karena banyaknya dan cepatnya uang (kertas) beredar sehingga menyebabkan naiknya harga barang-barang.⁸ Inflasi didefinisikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus. Inflasi berkaitan dengan kenaikan harga barang dan jasa secara umum. Artinya, kenaikan harga satu jenis banrang tidak termasuk dalam kategori inflasi.

Secara umum, inflasi rendah masih dapat diterima, bahkan dalam tingkat tertentu bisa mendorong perkembangan ekonomi. Sebaliknya, inflasi yang terlalu tinggi dapat mengurangi pertumbuhan ekonomi. Karena dari sisi permintaan menyebabkan daya beli masyarakat turun drastis,

⁸ David Moeljadi, dkk, KBBI V 0.2.1 Beta (21), (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud RI, 2016)

sehingga berdampak pada berkurangnya konsumsi masyarakat.⁹

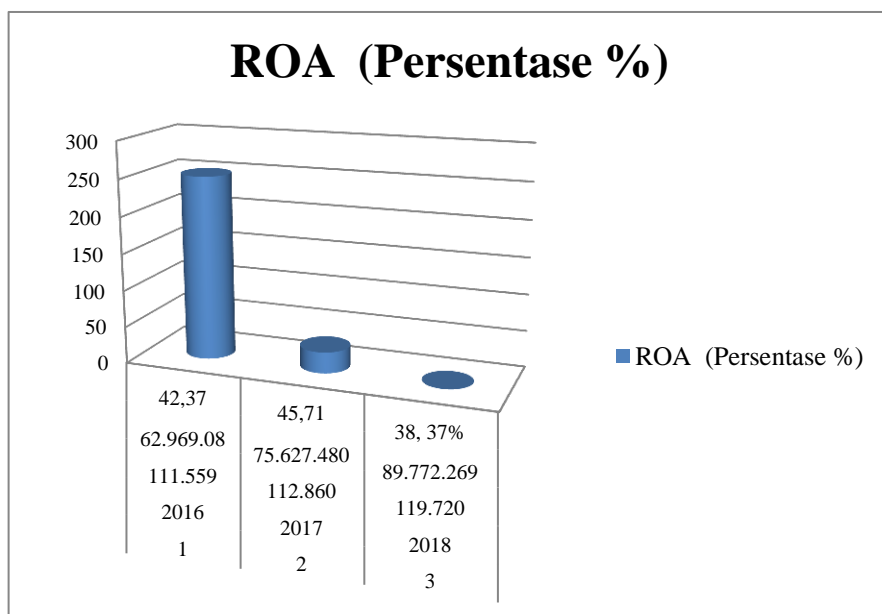
Inflasi dianggap sebagai fenomena moneter karena menyebabkan terjadinya penurunan nilai unit uang terhadap suatu komoditas. Secara umum, penyebab terjadinya inflasi adalah: natural imflation, seperti naiknya daya beli masyarakat secara real ekspor meningkat, sedangkan impor menurun, ataupun turunnya tingkat produksi. Inflasi juga disebabkan oleh human error inplation misalnya koruption and bad administration excessive tax, dan excessive sieignore. Fenomena moneter ini berakibat buruk pada perekonomian karena menimbulkan gangguan terhadap fungsi uang, distorsi harga, merusak output meruntuhkan efisiensi dan infestasi produktif, dan menimbulkan ketidakadilan serta ketegangan sosial.

Melihat kondisi tersebut, kinerja Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) menunjukkan *trend* ROA yang berfluktuasi sehingga akan mempengaruhi kinerja operasional

⁹ Zaini Ibrahim, Pengantar Ekonomi Makro, (Banten: Baraka Aksara, 2003) Hal 89-90

pada periode berikutnya sehingga perlu dikaji faktor yang mempengaruhi perubahan ROA tersebut yaitu Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi.

Gambar 1.1
Grafik Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (Dpk), Inflasi dan Roa
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada tahun 2016-2018



Pada analisis laporan keuangan dapat dilihat pertumbuhan nilai Return On Aset (ROA) pada tahun 2016-2018 dilihat pada tahun 2016 yang paling besar mencapai 250,58% dengan rincian Biaya Promosi 111.559, DPK 62.969.08, dan Inflasi 42,37% sedangkan untuk ROA yang paling terendah terjadi pada tahun 2018 mencapai 27,19%

dengan rincian Biaya Promosi 119.720, DPK 89.772.269, dan Inflasi 38,37%.

Biaya promosi sebagai elemen penting bagi bank untuk memberikan informasi kepada masyarakat akan keberadaan produk yang ingin ditawarkan kepada calon nasabah. Dan memberikan dampak positif bagi terhadap peningkatan dana pihak ketiga yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Apabila melihat pengaruh idealnya, terdapat pengaruh langsung maupun tidak langsung dari indikator makroekonomi yaitu inflasi, dana pihak ketiga yang dihimpun dan biaya promosi yang dialokasikan cenderung meningkat, sedangkan kondisi yang terjadi pada indikator inflasi pada umumnya mengalami kondisi yang tidak stabil, semakin tingginya inflasi maka akan menyebabkan kekhawatiran masyarakat untuk bertransaksi yang akan berdampak kepada tingkat transaksi yang terjadi di bank. Transaksi keuangan yang rendah di bank akan memperkecil peluang bank untuk memperoleh keuntungan

sehingga dapat dikatakan tingginya inflasi akan berdampak negatif terhadap profitabilitas bank.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“PENGARUH *BIAYA PROMOSI, DANA PIHAK KETIGA (DPK) DAN INFLASI TERHADAP PROFITABILITAS (ROA) PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH PERIODE 2016–2018*”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, biaya promosi sebagai elemen penting bagi bank untuk memberikan informasi kepada masyarakat akan keberadaan produk yang ingin ditawarkan kepada calon nasabah. Dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan dana pihak ketiga yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Apabila melihat pengaruh idealnya, terdapat pengaruh langsung maupun tidak langsung dari indikator makroekonomi yaitu inflasi, pandangan terhadap latar belakang di atas adalah dana pihak ketiga yang dihimpun dan biaya promosi yang

dialokasikan cenderung meningkat, sedangkan kondisi yang terjadi pada indikator inflasi pada umumnya mengalami kondisi yang tidak stabil, semakin tingginya inflasi maka akan menyebabkan kekhawatiran masyarakat untuk bertransaksi yang akan berdampak kepada tingkat transaksi yang terjadi di bank. Transaksi keuangan yang rendah di bank akan memperkecil peluang bank untuk memperoleh keuntungan sehingga dapat dikatakan tingginya inflasi akan berdampak negatif terhadap profitabilitas bank.

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan maka dalam penelitian ini peneliti membatasi variabel-variabel yang menjadi objek penelitian. Untuk variabel dependen adalah Profitabilitas (ROA), dan untuk variabel independen adalah Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi. Data yang digunakan adalah data laporan keuangan perbulan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) tahun 2016 sampai 2018.

D. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah penulis paparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) pada BPRS di Indonesia periode 2016-2018?
2. Seberapa besar pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) pada BPRS di Indonesia periode 2016-2018?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS di Indonesia periode 2016-2018.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS Indonesia periode 2016-2018.

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini sangat bermanfaat untuk memberikan wawasan sekaligus pengayaan sumber ilmu pengetahuan dan juga sebagai syarat akademik dalam menyelesaikan program strata satu.
2. Bagi Bank Perkreditan Rakyat Syariah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan profitabilitasnya.
3. Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi acuan dan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi. Dengan demikian, para investor tidak akan sembarangan dalam menginvestasikan dananya.
4. Bagi akademik, penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi keilmuan dan menambah wawasan Pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) bank perkreditan rakyat syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka penelitian adalah sebagai berikut:

Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan untuk promosi. Biaya promosi tersebut ditunjukkan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan yang lebih tinggi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Alma pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pada pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat.¹⁰

Dana pihak ketiga adalah dana berupa simpanan masyarakat, yang diperoleh bank yang bertugas memberikan pelayanan terhadap masyarakat yang bertindak selaku perantara bagi masyarakat.¹¹

¹⁰ Arif Suryana, Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Laba Bersih Pada Bank BRI Syariah Periode 2015-2017

¹¹ Lukman Denda Wijaya, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hl 46

Inflasi merupakan kenaikan harga barang dan jasa secara umum selama satu periode tertentu.¹² Inflasi di definisikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus. Inflasi berkaitan dengan harga barang dan jasa secara umum.

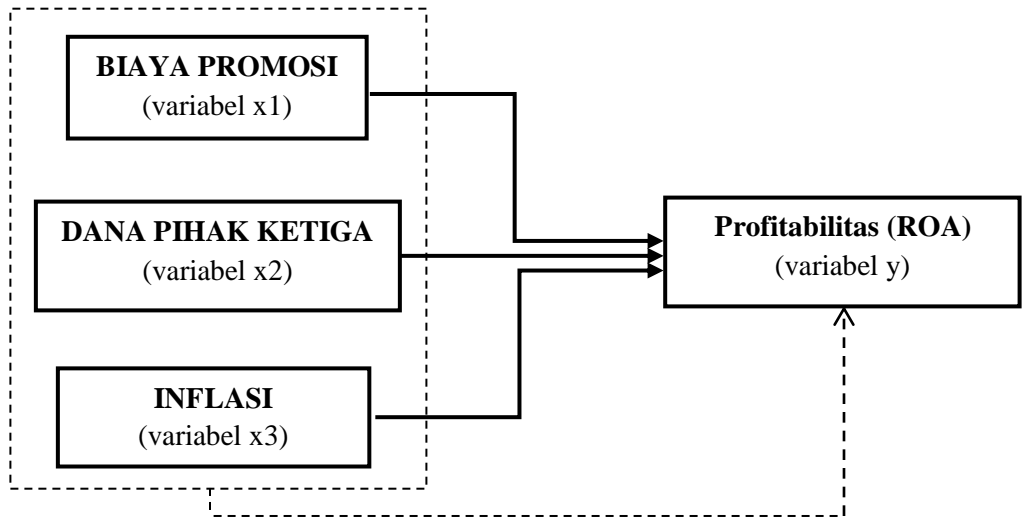
Profitabilitas adalah kemampuan suatu bank untuk menghasilkan keuntungan, baik yang berasal dari kegiatan operasional maupun yang berasal dari kegiatan non-operasionalnya. Profitabilitas merupakan salahsatu faktor yang dipertimbangkan dalam nilai sehatnya suatu bank selain faktor modal, kualitas aktiva, manajemen, dan likuiditas.¹³

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah di uraikan, maka kerangka pemikiran sebagai berikut:

¹² A.Karim Adiwarmn, Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hl 135

¹³ Teri Hendro SP dan Conny Tjandra Rahardja, Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia,(Yogyakarta:UUP STIM YKPN, 2014), hl.2016

Gambar 1.2
Kerangka Berpikir Penelitian



Keterangan: —————>: Secara Parsial

----->: Secara Simultan

1. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, adalah Profitabilitas (ROA) (Y).
2. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, adalah Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga dan Inflasi(X).

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB kesatu : Merupakan pendahuluan yang berisi tentang : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Landasan Teori, Tinjauan Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian Dan Sistematika Pembahasan.

BAB kedua : Merupakan landasan teoritis. Bab ini menguraikan teori-teori tentang Pendapatan Nasional serta hal yang berkaitan dengan Perbankan Syariah beserta dengan pertumbuhan total assetnya, kerangka berfikir, hasil-hasil penelitian yang relevan dan hipotesis penelitian.

BAB ketiga : Merupakan Metodologi Penelitian. Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, penentuan populasi sampel, instrument penelitian, teknis analisis data dan hipotesis statistic.

BAB keempat : Merupakan deskripsi hasil penelitian. Bab ini menggambarkan secara umum tentang objek penelitian seperti tentang sejarah singkat, perkembangan serta pertumbuhan total asset Perbankannya yang menjadi

objek dalam penelitian ini, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB kelima : Merupakan Kesimpulan dan Saran. Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan masukan berdasarkan temuan dari hasil penelitian.