

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan penduduk mayoritas muslim. Hal ini menjadikan pangsa pasar yang potensial sebagai pengembangan keuangan syariah. Salah satu bukti di Indonesia banyaknya bermunculan bank syariah dimana operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Namun, pada era globalisasi sekarang ini semakin berat seiring dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendorong ke arah kompetisi dunia usaha yang semakin ketat. Tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Dengan banyaknya pesaing dalam dunia usaha, konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya.¹

¹ Wasesa, I.W.B., Zukhri, A., dan Suwena, K.R. (2014). Pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Bank Syariah hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya

mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

PT. Bank Syariah Mandiri mencatat laba bersih sepanjang tahun 2019 naik sebesar 110,67 persen atau senilai Rp 1,27 triliun per 31 Desember 2019. Dari capaian tahun sebelumnya 605,21 miliar. Pertumbuhan laba tersebut bersamaan dengan kenaikan nilai aset sebesar 14,19 persen dari Rp 98,34 triliun menjadi Rp. 112,29 triliun. Kondisi keuangan tersebut juga diikuti dengan penurunan rasio efisiensi biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) BSM tercatat sebesar 82,89 %.²

Laba membuat perusahaan tumbuh dan berkembang. Banyak cara yang dapat ditempuh untuk mendapatkan laba yang lebih besar. salah satunya yang dapat digunakan untuk memperoleh laba yang optimal adalah dengan memperhatikan volume penjualan serta biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan jasa³

² Diakses pada <https://bisnis.tempo.co/read/1308516/2019-laba-bersih-bank-syariah-mandiri-melonjak-jadi-rp-127-t/full&view=ok> pada Rabu 3 Juni 2019 pukul 10.00 WIB

³ Wasesa, I.W.B., Zukhri, A., dan Suwena, K.R. *Pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha Karangasem*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singajara, Indonesia. Vol. 4, No. 1 (2014). h.2

Berbagai upaya dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memaksimalkan labanya. Perusahaan dapat melakukan perluasan usaha dalam upaya meningkatkan produktivitas untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan labanya. Hal lain yang menunjang keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan labanya yaitu dengan cara memuaskan konsumennya, diantaranya yaitu tenaga kerja yang berusaha keras untuk meningkatkan kualitas produksi/pelayanan dan dapat memuaskan konsumen atau nasabahnya. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas produksinya atau memuaskan nasabahnya dengan memelihara sarana/prasarana yang sesuai dengan bidang yang digeluti oleh perusahaan itu sendiri.

Tenaga kerja yang handal merupakan salah satu sumber daya terpenting bagi perbankan syariah. Sebagai suatu sumber daya, tenaga kerja memiliki kontribusi terhadap output perusahaan. Selain itu, perusahaan juga menentukan besarnya keuntungan atau kerugian dari output dan dibandingkan dengan besarnya biaya tenaga kerja langsung yang telah dikeluarkan pada periode

tertentu.⁴ Sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang handal, kooperatif dan loyal dalam perusahaan dan kebijaksanaannya akan dapat memberi sumbangan yang cukup besar dalam pencapaian tujuan. Ini sangat penting dalam perusahaan untuk memberikan kontribusi yang besar sebagai balas jasa atas manfaat yang telah diberikan guna meningkatkan keuntungan perusahaan.

Dalam ruang lingkup perusahaan jasa, tenaga kerja merupakan salah satu faktor dominan dalam suatu perusahaan. Tanpa tenaga kerja, mustahil perusahaan dapat dijalankan. Pemanfaatan tenaga kerja harus diperhatikan dan diupayakan untuk menciptakan kondisi kerja yang efektif dan efisien. Tenaga kerja yang baik dan berguna untuk perusahaan pasti membutuhkan biaya. Selain tenaga kerja, pemeliharaan fasilitas yang menjadi penunjang volume penjualan pun membutuhkan biaya agar fasilitas tersebut dapat berfungsi dengan baik. Sehingga biaya yang dikeluarkan dapat

⁴ Dewi Yunita Ayuningtiyas, “*Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Bahan Baku Terhadap Volume Produksi: Studi Kasus pada PT Wirhan Sari Permai*” dalam Skripsi Fakultas Ekonomi universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (2014), h. 2.

meningkatkan volume penjualan dan berimbang pada laba yang diperoleh, maka perusahaan harus memberikan perhatian yang lebih agar biaya yang dikeluarkan dapat bermanfaat secara efektif dan efisien.

Promosi merupakan alat paling umum dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan jasa dengan konsumen/nasabah. Dalam hal ini, perusahaan dapat menggunakan alat-alat promosi seperti iklan, promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan publisitas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk serta membangun persepsi yang baik terhadap produk nasabah secara efektif dan efisien.⁵

Hal tersebut membuat manajemen perusahaan perlu meningkatkan promosi maupun strategi-strategi pemasaran yang digunakan dengan tujuan memperoleh keuntungan-keuntungan sesuai target perusahaan dengan aturan yang berlaku. Salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha atau perusahaan adalah

⁵ Freddy Rangkuti. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.2009), h.1.

memperoleh laba. Kebijakan perusahaan mengenai kegiatan promosi akan sangat menentukan seberapa besar laba yang diperoleh perusahaan. Kegiatan promosi bagi banyak perusahaan merupakan investasi yang sangat kritis melalui kegiatan pemasaran.

Menurut Rahardjo, adanya hubungan yang erat mengenai biaya operasional terhadap peningkatan laba bersih perusahaan dalam hal ini dapat dilihat dari laporan laba-rugi perusahaan. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Perusahaan jasa harus lebih selektif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau nasabah. Sehingga target yang telah direncanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu dapat tercapai dengan optimal dengan biaya-biaya yang efisien. Strategi pemasaran juga disesuaikan dengan kemampuan dana perusahaan melalui kombinasi dari empat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.⁶

⁶ Basu Swastha, dan Irawan. *Manajemen pemasaran modern*. (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2008). h.10

Adanya keterkaitan antara biaya tenaga kerja dan biaya promosi terdapat pengaruh terhadap laba bersih. Maka laba merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Adanya pertumbuhan laba dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa pihak-pihak manajemen telah berhasil dalam mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Secara bahasa laba bermakna pertumbuhan dalam dagang.⁷

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca dan peneliti, serta dapat menambah rujukan sebagai referensi penelitian tentang pengaruh biaya tenaga kerja dan biaya promosi terhadap laba bersih. Serta memberi kontribusi khususnya pada Perbankan Syariah khususnya PT. Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan fenomena yang disampaikan di atas, maka penulis dengan ini tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh**

⁷ Lutfiyah Putri Nirwana, “*Pengaruh Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Terhadap Laba Perbankan Syariah Di Indonesia*”, dalam Jurnal *JES TT* Vol. 2 No. 8 Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Surabaya (Agustus 2015), h. 644.

Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri Tahun 2017-2019.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan signifikan pada laba bersih Bank Syariah Mandiri selama periode tahun 2017-2019.
2. Hubungan biaya tenaga kerja dan biaya promosi terhadap laba bersih sangat menarik untuk dikaji.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian.

Oleh karena itu penulis akan membatasi penelitian ini pada:

1. Fokus penelitian hanya mengenai biaya tenaga kerja dan biaya promosi terhadap laba bersih.
2. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri.
3. Tahun penelitian ini ialah tahun 2017-2019.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah yang dikemukakan diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Biaya Tenaga Kerja terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019?
2. Bagaimana pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019?
3. Bagaimana pengaruh Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial Biaya Tenaga Kerja terhadap Laba Bersih pada Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh simultan Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Promosi secara simultan terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri tahun 2017-2019.

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan sebagai referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh biaya tenaga kerja dan biaya promosi terhadap laba bersih.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pada Perbankan Syariah khususnya PT. Bank Syariah Mandiri.

3. Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana belajar untuk menambah pengetahuan yang berkaitan tentang pengaruh biaya tenaga kerja dan biaya promosi terhadap laba bersih.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Kerangka Pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil studi pustaka. Teori yang diperoleh akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dan sumber data-data yang diperoleh.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan bagian deskripsi penelitian, menggambarkan objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyampaikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.