

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan ekonomi yang semakin berkembang, peranan bank dirasakan menjadi sangat penting karena bank merupakan suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) diantara pihak-pihak yang kelebihan dana (*surplus spending unit*) dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana (*deficit spending unit*). Kegiatan umum bank sebagai *intermediary financial* pada dasarnya adalah memobilisasi dana dari masyarakat untuk selanjutnya disalurkan kepada perorangan atau lembaga yang membutuhkan dana dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk keperluan investasi. Individu atau lembaga yang memiliki kelebihan dana memerlukan institusi yang dapat mengelola kelebihan dananya tersebut secara efektif dan menguntungkan. Mereka dapat mempercayakan pengelolaan dana tersebut kepada bank dalam bentuk tabungan, deposito maupun giro. Bank juga dapat dipandang sebagai lembaga kepercayaan masyarakat dan bagian dari system moneter yang mempunyai kedudukan strategis sebagai penunjang pembangunan (Taswan, 2006: 6)

Oleh karena itu nasabah lebih memilih menginvestasikan kelebihan dananya pada tempat yang memberikan keuntungan yang besar di sertai dengan rasa aman. Perbankan merupakan salah satu tempat populer menurut UU No. 10 Tahun 1998, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan

pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan penghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito (Taswan, 2006: 4).

Dalam memasarkan deposito, setiap perbankan tentunya memberi banyak kemudahan dalam bentuk bunga yang bersaing, rasa aman dalam menginvestasikan uangnya, serta kualitas pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu setiap perbankan umum berusaha memaksimalkan bunga deposito yang bersaing sehingga nasabah tertarik ingin menginvestasikan uangnya khususnya para pengusaha dengan menawarkan produk deposito yang berbeda antara bank satu dengan bank lainnya. Berikut adalah tabel tingkat suku bunga deposito pada 10 bank umum go publik tahun 2010-2012.

Tabel 1.1
Tingkat Suku Bunga Deposito Sejak Tahun 2010-2012
10 Bank Umum go publik

NAMA BANK	SUKU BUNGA DEPOSITO		
	2010	2011	2012
PT Bank Central Asia Tbk.	5.3%	5.5%	5.5%
PT Bank Negara Indonesia tbk	5.8%	5.8%	4.7%
PT Bank Rakyat Indonesia Tbk.	6.3%	5.8%	5.6%
PT Mandiri Tbk.	5.7%	5.7%	5.7%
PT Nusantara Parahyangan Tbk.	4.3%	4.3%	4.3%
PT Danamon Tbk.	4.9%	4.9%	4.9%
PT Bank Permata Tbk.	4.5%	4.5%	4.5%
PT Bank Bukopin Tbk.	4.9%	4.9%	4.9%
PT Bank OCBC NISP Tbk.	4.5%	4.5%	4.5%
PT Bank Tabungan Negara	4.7%	4.9%	4.9%
Rata-rata	5.1%	5.1%	4.9%

Sumber: 10 Bank Umum go Publik Tahun 2010-2012 (data diolah)

Suku bunga yang ada pada tabel di atas sudah cukup kompetitif ditengah persaingan bunga deposito antara bank satu dengan bank lainnya. Salah satu contohnya yaitu bank BRI, pada tahun 2010 suku bunga depositonya sebesar

6%, namun pada tahun 2011 mengalami penurunan sebesar 0,5% menjadi 5,50% dan pada tahun 2012 mengalami penurunan lagi sebesar 0,5% menjadi 5%. Menurut (Boediono, 1995: 75), tingkat suku bunga yaitu sebagai harga dari penggunaan uang untuk jangka tertentu. Berkaitan dengan tingkat suku bunga deposito, tentunya membutuhkan biaya promosi untuk mempromosikannya kepada masyarakat atau nasabah ketika suku bunga deposito itu naik supaya masyarakat atau nasabah dapat mengetahui informasi baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui iklan untuk mendapatkan hasil dan keuntungan dari apa yang dipromosikan. Menurut Abdullah Shahab (1997:41) mengemukakan definisi biaya sebagai pengeluaran uang atau prestasi yang diterima untuk menjalankan perusahaan atau untuk proses produksi yang dipergunakan dalam rangka mendapatkan hasil tersebut. Biaya bagi perusahaan merupakan faktor yang menentukan untuk menetapkan harga dari produk yang akan dijual. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja membutuhkan biaya. Secara harfiah biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Biaya promosi yang dikeluarkan antara bank satu dengan bank lainnya pada perbankan umum di Jawa Timur tentu saja berbeda. Berikut adalah tabel biaya promosi perbankan umum di Jawa Timur dari tahun 2010-2012.

Tabel 1.2
Biaya Promosi dari Tahun 2010-2012
10 Bank Umum go publik (dalam jutaan rupiah)

NAMA BANK	BIAYA PROMOSI		
	2010	2011	2012
PT Bank Central Asia Tbk.	3.451.278	3.438.963	4.940.384
PT Bank Negara Indonesia tbk	3.680.883	4.052.317	4.541.051

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk.	2.284.174	2.529.262	3.889.166
PT Mandiri Tbk.	838.484	1.425.057	994.69
PT Nusantara Parahyangan Tbk.	4.065.905	4.217.440	4.963.729
PT Danamon Tbk.	904.582	553.762	598.949
PT Bank Permata Tbk.	296,474	329,810	295,838
PT Bank Bukopin Tbk.	941.061	1.512.446	2.046.206
PT Bank OCBC NISP Tbk.	27,031	31,208	76,506
PT Bank Tabungan Negara	1.747.998	985.355	985.582
Rata-rata	65,237.83	90,639.28	74,984.64

Sumber: 10 Bank Umum go Publik Tahun 2010-2012 (data diolah)

Biaya promosi pada tabel di atas yang dikeluarkan Bank BRI tahun 2010 sebesar Rp 2.284.174, sedangkan pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebesar Rp 2.529.262 dan pada tahun 2012 mengalami kenaikan lagi sebesar Rp 3.889.166. Hal ini menjadi fenomena pada perbankan umum go publik dan dampaknya terhadap kinerja keuangan khususnya pada laporan laba rugi. Ketika biaya promosi dalam 1 periode mengalami kenaikan, maka sisi pendapatan akan semakin berkurang. Sebaliknya, ketika biaya promosi yang dikeluarkan kecil atau rendah, maka sisi pendapatan mengalami kenaikan atau bisa disebut pada hasil akhir yaitu laba bersih hasil penjumlahan pendapatan yang dikurangi dengan biaya-biaya. Laporan keuangan bank disusun sebagai bentuk pertanggung jawaban manajemen terhadap pihak – pihak yang berkepentingan dengan kinerja bank yang dicapai selama periode tertentu (Taswan, 2006). Pengukuran kinerja bank dapat dilakukan dengan berbagai cara dan yang paling utama adalah dengan menggunakan analisis rasio keuangan untuk mengetahui beberapa aspek yang berpengaruh terhadap posisi keuangan serta perkembangan bank tersebut (Rohmawati, 2003:21).

Penilaian kinerja keuangan perbankan telah ditetapkan oleh Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia N0.30/11/KEP/DIR tanggal 19 Maret 1998 tentang tata cara Penilaian Kesehatan Bank. Penilaian

tingkat kesehatan bank dilakukan dengan salah satu indikator kinerja keuangan perbankan adalah yaitu *Return On Asset* (ROA), rasio ROA dapat diukur dengan perbandingan antara laba sebelum pajak terhadap total asset (total aktiva). Semakin besar ROA akan menunjukkan kinerja keuangan yang baik, karena tingkat kembalian (*return*) semakin besar. Kinerja keuangan bank dapat dinilai dari rasio keuangan bank, seperti rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Biaya operasional dengan pendapatan operasional (BOPO), dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR). *Capital Adequacy Ratio* (CAR) adalah kecukupan modal yang menunjukkan kemampuan bank mempertahankan modal yang mencukupi dan kemampuan manajemen bank dalam mengidentifikasi, mengukur, mengawasi, dan mengontrol risiko – risiko yang dapat berpengaruh terhadap besarnya modal bank. BOPO adalah perbandingan antara biaya operasional dan pendapatan operasional. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan Bank dalam melakukan kegiatan operasinya (Dendawijaya, 2003). LDR (*Loan to deposit Ratio*) adalah rasio antara seluruh jumlah kredit yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh Bank. Sehingga semakin tinggi LDR maka laba bank semakin meningkat (dengan asumsi bank tersebut mampu menyalurkan kreditnya dengan efektif), dengan meningkatnya laba bank, maka kinerja bank juga meningkat. Dengan demikian besar-kecilnya rasio LDR suatu bank akan mempengaruhi kinerja bank tersebut.

Tabel 1.3
Rasio Kinerja Perbankan
10 Bank Umum go publik 2010-2012

NAMA BANK	CAR			BOPO			LDR			ROA		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
BCA	170.09%	90.79%	100.50%	128.44%	156.64%	154.15%	4.78%	4.99%	4.83%	1.47%	1.55%	1.45%
BNI	142.85%	112.04%	118.82%	209.57%	174.75%	196.24%	7.28%	7.87%	7.25%	0.98%	1.09%	1.20%
BRI	112.66%	44.38%	67.40%	600.55%	373.75%	177.77%	11.45%	11.45%	9.73%	1.48%	1.91%	2.02%
Mandiri	58.13%	65.05%	89.80%	182.69%	128.60%	165.76%	7.40%	6.94%	8.20%	1.23%	1.55%	1.45%
Bank Nusantara. P	319.23%	72.35%	118.66%	371.20%	352.11%	392.23%	0.89%	1.02%	1.21%	0.52%	0.66%	0.65%
Danamon	144.27%	71.07%	114.78%	191.56%	163.25%	183.29%	4.42%	3.80%	3.69%	1.57%	1.32%	1.37%
Bank Permata	98.24%	91.25%	83.28%	290.75%	217.09%	382.09%	4.76%	3.12%	2.60%	0.86%	0.75%	0.70%
Bank Bukopin	195.77%	102.46%	85.40%	299.37%	285.58%	287.39%	1.59%	1.92%	2.14%	0.84%	0.96%	0.83%
Bank OCBC NISP	214.41%	127.36%	142.69%	311.43%	287.96%	180.01%	4.50%	3.48%	3.22%	0.64%	0.69%	0.53%
BTN	162.94%	89.86%	102.37%	334.84%	268.75%	520.40%	2.36%	2.30%	1.99%	0.70%	0.69%	0.75%

Sumber: 10 Bank Umum go Publik Tahun 2010-2012 (data diolah)

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul "Pengaruh Tingkat Suku Bunga Deposito dan Promosi Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Pada 10 Bank Umum *go publik* Tahun 2010-2012)".

1.2. Rumusan Masalah

1. a. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito terhadap *capital adequacy ratio* (CAR)?
- b. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO)?
- c. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito terhadap *loan to deposit ratio* (LDR)?
- d. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito terhadap *return on assets* (ROA)?
2. a. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap *capital adequacy ratio* (CAR)?
- b. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO)?
- c. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito terhadap *loan to deposit ratio* (LDR)?
- d. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap *return on assets* (ROA)?

3. a. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito dan biaya promosi terhadap *capital adequacy ratio* (CAR)?
- b. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito dan biaya promosi terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO)?
- c. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito dan biaya promosi terhadap loan to deposit ratio (LDR)?
- d. Apakah terdapat pengaruh tingkat suku bunga deposito dan biaya promosi terhadap return on assets (ROA)?

1.3. Tujuan Penelitian

1. a. Untuk menguji apakah tingkat suku bunga deposito berpengaruh terhadap *capital adequacy ratio* (CAR).
- b. Untuk menguji apakah tingkat suku bunga deposito berpengaruh terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO).
- c. Untuk menguji apakah tingkat suku bunga deposito berpengaruh terhadap loan to deposit ratio (LDR).
- d. Untuk menguji apakah tingkat suku bunga deposito berpengaruh terhadap return on assets (ROA).
2. a. Untuk menguji apakah biaya promosi berpengaruh terhadap *capital adequacy ratio* (CAR).
- b. Untuk menguji apakah biaya promosi berpengaruh terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO).

- c. Untuk menguji apakah biaya promosi berpengaruh terhadap loan to deposit ratio (LDR).
- d. Untuk menguji apakah biaya promosi berpengaruh terhadap return on assets (ROA).
- 3. a. Untuk menguji apakah biaya tingkat suku bunga deposito dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap *capital adequacy ratio*(CAR).
- b. Untuk menguji apakah biaya tingkat suku bunga deposito dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO).
- c. Untuk menguji apakah biaya tingkat suku bunga deposito dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loan to deposit ratio (LDR).
- d. Untuk menguji apakah biaya tingkat suku bunga deposito dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap return on assets (ROA).

1.4. Manfaat Penelitian

- 1. Bagi Pihak Pembaca
 - a. Dapat digunakan sebagai bahan acuan atau masukan untuk memecahkan masalah tentang tingkat suku bunga deposito dan promosi yang menjadi keefektifan kinerja keuangan perbankan.
 - b. Dapat digunakan sebagai pembanding bagi pihak yang ingin mengembangkannya.
 - c. Dapat digunakan sebagai suatu informasi atau bahan referensi bagi mahasiswa sekaligus menjadi bahan komparasi untuk penelitian sejenis

hususnya mengenai tingkat suku bunga deposito, biaya promosi dan kinerja keuangan perbankan.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dalam berpikir khususnya yang berkaitan dengan penerapan teori siklus akuntansi yang telah diterima oleh penulis selama ini untuk diterapkan dalam kondisi riil sehingga yang diperoleh benar-benar bermanfaat.

3. Bagi Instansi

Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pihak perusahaan atau sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait pada perusahaan.

