

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA TENAGA KERJA
TERHADAP PROFITABILITAS BANK MEGA SYARIAH
PERIODE 2017-2022**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disusun Oleh:

Husnul Khuluqi
NIM. E20191189

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2023**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA TENAGA KERJA
TERHADAP PROFITABILITAS BANK MEGA SYARIAH
PERIODE 2017-2022**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan Ekonomi Islam

Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disusun Oleh:

Husnul Khuluqi
NIM. E20191189

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2023**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA TENAGA KERJA
TERHADAP PROFITABILITAS BANK MEGA SYARIAH
PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Husnul Khulugi
NIM. E20191189

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing:



Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA TENAGA KERJA
TERHADAP PROFITABILITAS BANK MEGA SYARIAH
PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 05 Oktober 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Nikmatul Mas'ud, S.H.I., M.E.I

NIP: 198209222009012005

Sekretaris



Siti Alfiyah, S.E.I., M.E.

NIP 20120339

Anggota:

1. Dr. Siti Masrohatin, SE., MM.

()

2. M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag.

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA

NIP: 6808072000031001

MOTTO

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ^ط وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا
نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ ﴿٢٠﴾

Artinya: “Barangsiapa menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami menambahkan keuntungan itu baginya dan barangsiapa menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat. (Q.S Asy-syuro Ayat: 20).¹



¹ Kemenag Republik Indonesia, Q.S Asy-Syuro ayat 20

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah segala puji bagi Allah SWT, tidak lupa pula sholawat serta salam terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan lancar dan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Teristimewa kepada kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Sucipto dan Ibu Kasmiasi atas dukungan, motivasi, doa dan biaya yang di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, semoga kedepannya penulis dapat membanggakan dan membahagiakan keluarga.
2. Sahabat seperjuanganku dari masa SMA yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian penelitian ini.
3. Teman-temanku dari Perbankan Syariah 4 angkatan 2019 yang telah berjuang, saling berbagi dan saling menyemangati selama masa perkuliahan di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmunya, semoga ilmu yang diberikan nantinya menjadi ilmu yang bermanfaat barokah dunia dan akhirat.
5. Almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sangat saya banggakan, dan menjadi tempat menuntut ilmu untuk meraih kesuksesan.

ABSTRAK

Husnul Khuluqi, 2023: *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022.*

Kata kunci: biaya promosi, biaya tenaga kerja, profitabilitas (ROA).

Profitabilitas adalah suatu kemampuan bank dalam menghasilkan sebuah keuntungan yang berasal dari kegiatan operasional bank. Profitabilitas merupakan indikator yang paling tepat untuk mengukur kinerja suatu bank. Dalam menentukan tingkat kesehatan bank yang pada akhirnya dapat mencerminkan keberlanjutan kinerja keuangan suatu bank, Bank Indonesia lebih mementingkan penilaian besarnya laba berdasarkan ROA karena Bank Indonesia lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang sebagian besar dananya dihimpun dari simpanan masyarakat.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1) Apakah biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah? 2) Apakah biaya tenaga kerja berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah? 3) Apakah biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah?.

Tujuan pada penelitian ini yaitu: 1) Mengetahui tentang pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah. 2) Mengetahui tentang pengaruh biaya tenaga kerja secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah. 3) Mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya tenaga kerja secara simultan terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian korelasi, yaitu untuk mengetahui suatu tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 21 untuk pengolahan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari website resmi Bsnk Mega Syariah periode 2017-2022. Data observasi yang digunakan berjumlah 66 data.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu 1) Biaya promosi secara parsial berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas ROA. 2) Biaya tenaga kerja mempengaruhi secara parsial terhadap profitabilitas ROA secara positif dan signifikan. 3) Biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh simultan secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas ROA.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmatnya berupa rezeki dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelara Sarjana Ekonomi (SE) dengan lancar.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dan juga menerima segala bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan penuh hormat kepada.

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Prof. Dr. Khamdan Rifa’I, SE., M.Si.,CHRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku DPA semester II hingga semester IV dan sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan,

nasehat serta bersedia meluangkan waktu dan fikirannya untuk penyelesaian skripsi saya.

6. Ayyu Aini Mustafidah, M.E. selaku DPA semester V hingga semester IX yang banyak memberi motivasi.
7. Seluruh Dosen dan Staff khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membagi ilmu pengetahuan serta wawasannya kepada saya.
8. Semua pihak yang terlibat dan telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga semua amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan mendapatkan balasan yang baik dan berlimpah oleh Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi referensi dan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Jember, 13 September 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Husnul Khuluqi
E20191189

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1. Variabel Penelitian	11
2. Indikator Penelitian	12
F. Definisi Operasional.....	12

G. Asumsi Penelitian	14
H. Hipotesis.....	15
I. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	20
A. Penelitian Terdahulu	20
B. Kajian Teori	30
1. Biaya promosi.....	30
2. Biaya Tenaga Kerja	33
3. Profitabilitas	36
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel	41
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data.....	43
D. Analisis Data	43
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	51
A. Gambaran Objek Penelitian	51
B. Penyajian Data	54
C. Analisis dan Penyajian Data	56
D. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	68

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

LAMPIRAN

1. Matrik
2. Pernyataan keaslian tulisan
3. Tabulasi data
4. Surat izin penelitian
5. Surat selesai penelitian
6. Jurnal kegiatan penelitian
7. Hasil penghitungan SPSS
8. Surat lulus turnitin
9. Surat selesai bimbingan
10. Biodata



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Biaya Tenaga Kerja.....	6
Tabel 1. 2 Biaya Promosi	7
Tabel 1. 3 Profitabilitas	7
Tabel 1. 4 Indikator Penelitian	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2. 2 Matrik Kriteria Penilaian ROA	38
Tabel 4. 1 Laporan Keuangan Bulanan Bank Mega Syariah Periode 2017- 2022	54
Tabel 4. 2 Uji Statistik Deskriptif	56
Tabel 4. 3 Uji Normal One Sample K-S	57
Tabel 4. 4 Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4. 5 Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4. 6 Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 7 Uji t	61
Tabel 4. 8 Uji F	62
Tabel 4. 9 Uji R ²	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual	14
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	58
Gambar 4. 2 Uji Heteroksiditas	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan yang dikenal dengan bank syariah mengikuti hukum Islam yang tidak membebaskan atau memberi imbalan kepada nasabah dengan bunga. Kontrak dan kesepakatan antara nasabah dan bank menentukan berapa banyak uang yang diterima bank syariah dan nasabahnya. Menurut hukum syariah Islam, suatu akad (perjanjian) yang terdapat dalam perbankan syariah harus berpegang pada ketentuan-ketentuannya. Investor yang menyimpan uangnya di bank dan bank syariah yang kemudian meminjamkan uangnya kepada pihak lain, bank syariah berfungsi sebagai perantara bagi individu yang membutuhkan pembiayaan. Investor dalam proses pengeluaran uang diberi kompensasi melalui bagi hasil atau cara sah lainnya yang ditentukan oleh hukum Islam.²

Perbankan syariah berkembang tidak hanya menjadikan perbankan syariah menjadi lebih kuat dan kokoh akan tetapi juga mampu menguasai pangsa pasar perbankan nasional. Pertumbuhan aset yang signifikan diperlukan agar perbankan syariah dapat terus berkembang dan mampu meningkatkan pangsa pasarnya. Tentunya, pengelolaan dana yang efektif, juga dikenal sebagai *Assets Liability Management* diperlukan untuk

² Sayuni Ahmad, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja terhadap Laba Bersih Bank BRI Syariah Periode Tahun 2010-2018." (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 1.

mencapai tujuan ini. Proses pengelolaan dana di bank dikenal dengan istilah manajemen dana. Hal ini mengacu pada bagaimana bank dapat menetapkan kebijakan mengenai penempatan pendanaan keuangan, baik dari lingkungan sekitar maupun sumber daya mereka sendiri, serta kearifan mengenai penempatan atau pengalokasian dana untuk mencapai tingkat pendapatan tertentu. Paling efisien dan konsisten dengan peraturan yang ditetapkan oleh bank sentral.³

Perbankan syariah harus mendorong kinerja melalui promosi yang diperhitungkan guna meningkatkan pertumbuhan. Promosi mencakup pemasaran, dengan memproduksi dan bertukar sesuatu dan nilai dengan orang lain. Pemasaran adalah suatu kegiatan sosial dan manajerial yang memungkinkan individu atau kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Aktivitas pemasaran dapat digunakan untuk berbicara tentang bisnis, barang, dan jasa. Dengan adanya promosi, individu dapat belajar keunggulan produk yang ditawarkan bank dan menjadi tertarik untuk membelinya. Promosi merupakan salah satu upaya terpenting bank syariah untuk menghasilkan lebih banyak uang. Kita telah mengetahui bahwa terdapat beragam layanan keuangan seperti tabungan, deposito berjangka, giro, dan pinjaman, KPR, dan fitur-fitur lainnya yang sebagian besar sama dengan yang ditawarkan oleh bank-bank lain di Indonesia, item keuangan serupa berlaku terus menerus dan lebih banyak lagi bank yang aktif semakin sulit persaingannya. Oleh karena itu, iklan ini berdampak

³ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 2-3.

besar pada industri perbankan. Masyarakat tidak akan merasa nyaman menggunakan layanan keuangan syariah sebagaimana mestinya tanpa promosi yang efektif.⁴

Perusahaan harus terus-menerus menggunakan promosi untuk memperkuat hubungan dengan nasabah dan nasabah baru untuk meningkatkan profitabilitas mereka, bisnis selalu berusaha untuk meningkatkan volume penjualan mereka. Peningkatan volume penjualan menjadi tujuan utama pemasaran ini. Keuntungan akan meningkat seiring dengan peningkatan penjualan. Perusahaan harus mengeluarkan uang untuk promosinya guna mencapai tujuan ini. Dapat disebut sebagai biaya promosi.⁵

Secara teoritis, semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka semakin tinggi pula hasil penjualan yang dihasilkan perusahaan.⁶ Peningkatan penjualan produk sebagaimana diantisipasi, akan memberikan dampak positif. Hal ini juga diperkirakan akan membantu bank syariah menjadi lebih menguntungkan. Dengan kata lain, bakat atau keterampilan tenaga kerja seorang karyawan, menentukan keberhasilan dan efisiensi

⁴ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017," *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 93.

⁵ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 4.

⁶ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017," *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 94.

promosi. Melakukan upaya fisik atau mental untuk mengolah barang atau jasa disebut tenaga kerja.⁷

Tenaga kerja adalah sesuatu yang telah dibutuhkan sejak awal berdirinya suatu perusahaan, bahkan sampai produk tersebut dipasarkan. Tenaga kerja yang solid sangat diperlukan bagi suatu bisnis untuk menyediakan barang berkualitas tinggi yang akan mendukung promosi. Pegawai bank syariah juga akan berkinerja baik apabila hak-haknya sebagai pegawai dipenuhi dengan baik oleh dunia usaha.⁸

Harga faktor untuk penggunaan tenaga kerja manusia dikenal sebagai biaya pekerja. Biaya tenaga secara kerja langsung termasuk dalam semua upah dan gaji yang berkontribusi langsung terhadap produksi. Kapasitas bank untuk menghasilkan uang dari operasi sehari-hari dikenal sebagai profitabilitas. Profitabilitas adalah metrik ideal untuk mengevaluasi kinerja bank. *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Assets* (ROA) sering digunakan sebagai indeks profitabilitas. Kemampuan manajemen bank dalam mengelola modal yang tersedia untuk menciptakan laba bersih menjadi fokus utama ROE, sedangkan ROA pada dasarnya mengacu pada kemampuan bank menghasilkan uang dengan mengelola aset perusahaan. Bank Indonesia memberikan prioritas yang lebih tinggi pada profitabilitas berbasis aset bank, dimana sebagian besar

⁷ Wulan Riyadi, "Pengaruh Modal Kerja Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Operasional "Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017," *Maksi* 5, no.2 (Desember, 2018), 42.

⁸ Taopik Firmansyah, Eris Darsawati, "Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada Pd. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014", *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi* 5, no.9 (Oktober, 2016), 68-69.

dananya disimpan di tabungan masyarakat, maka Bank Indonesia lebih mementingkan penilaian besaran keuntungan berdasarkan ROA agar dapat mencerminkan kinerja keuangan yang diinginkan sebuah bank.⁹

Rasio profitabilitas (*Profitability Ratios*) ialah serangkaian rasio menunjukkan bagaimana utang, manajemen aset, dan likuiditas berinteraksi satu sama lain dan berdampak pada hasil operasi. Perhitungan produktivitas yang ditampilkan dalam rumus *Return On Assets* (ROA) dimanfaatkan menentukan profitabilitas rasio yang digunakan dalam penelitian ini.¹⁰ *Return On Assets* yakni menunjukkan rasio tingkat pengembalian (*return*) berapa banyak aset yang telah digunakan perusahaan. *Return on Assets* (ROA) adalah metrik untuk menakar seberapa baik suatu perusahaan mengelola seluruh portofolio investasi saham dan utangnya. Semakin kecil (lebih kecil) rasionya, kemudian semakin kurang menguntungkan dan sebaliknya, maka rasio ini dimanfaatkan pengukuran efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan.¹¹

Profitabilitas tinggi menunjukkan kinerja perusahaan. Uang yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis di masa depan melalui berbagai upaya selain mendanai operasional saat ini.

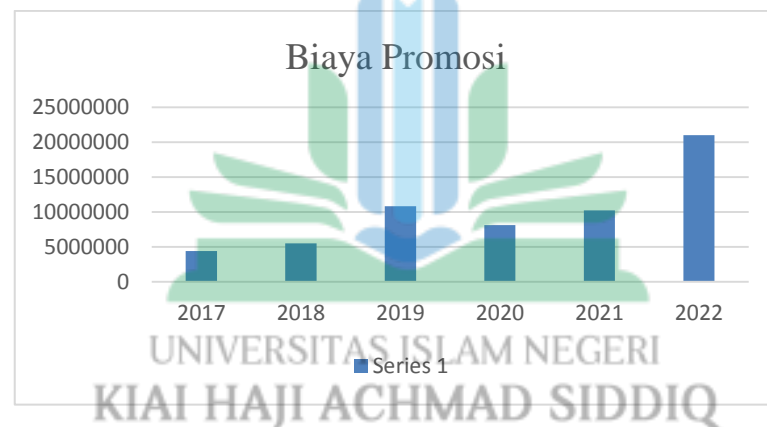
⁹ Wahyu Dwi Yulihapsari, "Analisis Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR), Dan BOPO Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT. Bank Victoria Syariah Periode 2011-2016)," *Multiplier* 1, no.2 (Mei, 2017): 103.

¹⁰ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 20.

¹¹ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017", *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 94.

Keberlanjutan perusahaan terjamin jika konsisten menghasilkan keuntungan. Hal ini menjadi pendorong upaya penciptaan pendapatan dari selisih antara biaya produksi dan nilai jual suatu barang atau jasa karena merupakan sistem yang berorientasi pada profitabilitas.¹² Berikut biaya yang dikeluarkan Bank Mega Syariah untuk promosi pada 2017-2021:

Tabel 1. 1
Perkembangan Pada
Biaya Promosi Bank Mega Syariah Tahun 2017-2022

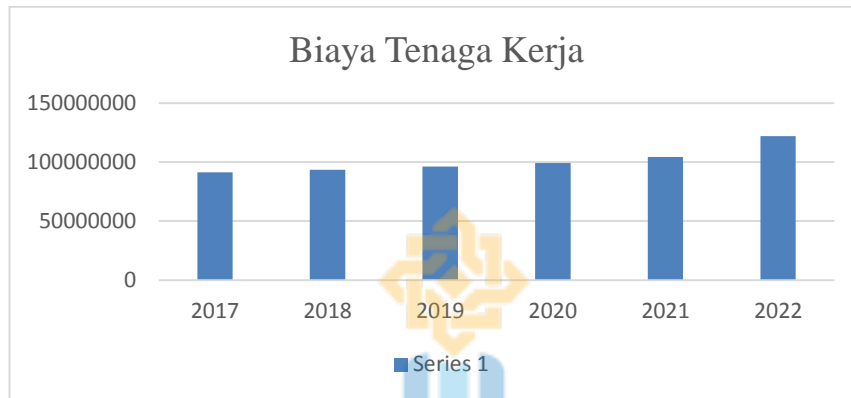


Sumber: laporan keuangan Bank Mega Syariah

Sesuai pada grafik di atas diketahui bahwasanya biaya promosi Bank Mega Syariah periode 2017-2022 selalu mengalami peningkatan disetiap tahunnya bahkan biaya promosi yang digunakan tertinggi melebihi dari Rp20.000.000 yaitu tepatnya Rp21.006.300 pada tahun 2022 dan terendah di tahun 2017 yaitu Rp4.418.000. Meskipun biaya promosi masih meningkat dalam jangka waktu ini, biaya promosi mulai turun sekitar tahun 2020.

¹² Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 16.

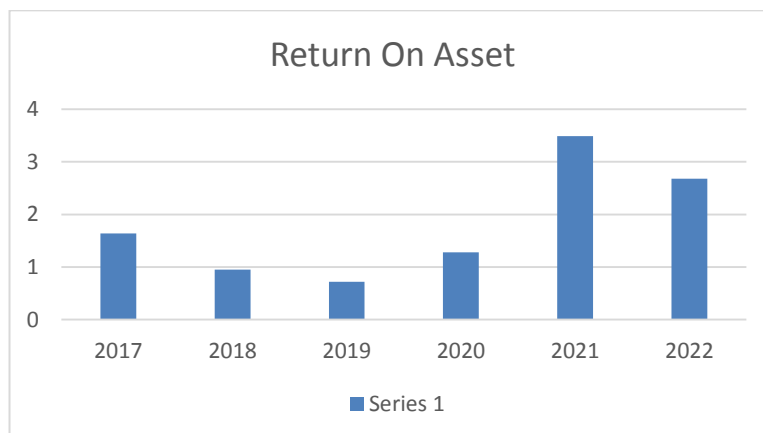
Tabel 1. 2
Perkembangan Pada
Biaya Tenaga Kerja Bank Mega Syariah Tahun 2017-2022



Sumber: laporan keuangan Bank Mega Syariah

Sesuai pada grafik di atas diketahui bahwasanya biaya tenaga kerja Bank Mega Syariah Periode 2017-2022 selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya pada periode 2017-2022 tanpa adanya penurunan dan peningkatan tertinggi berada pada tahun 2022 di atas Rp120.000.000 yaitu tepatnya Rp122.009.750 dan terendah pada tahun 2017 yaitu Rp91.208.500.

Tabel 1. 3
Perkembangan Pada
Profitabilitas Bank Mega Syariah Tahun 2017-2022



Sumber : Laporan keuangan Bank Mega Syariah

Terlihat digrafik tersebut bahwa *Return on Asset* Bank Mega Syariah mejumpai fluktuasi antara naik dan turun dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Peningkatan tertinggi berada pada tahun 2021 dengan rata-rata 3,5% dan penurunan terendah berada pada tahun 2019 yaitu di bawah 1% lebih tepatnya 0,72%.

Berdasarkan uraian tabel grafik profitabilitas diatas memiliki kesimpulan bahwa terdapat biaya promosi yang mengalami peningkatan di setiap tahunnya pada periode 2017-2022 dan hanya satu kali mengalami penurunan pada tahun 2020, untuk biaya tenaga kerja pada periode 2017-2022 selalu mengalami peningkatan tanpa ada penurunan pada periode tersebut, sedang profitabilitas *Return On Asset* mengalami fluktuasi atau naik turun dibuktikan dengan rasio ROA pada tahun 2018-2020 masih berada dibawah ketentuan Bank Indonesia yakni kurang dari 1,5%. Secara teori semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka semakin tinggi juga hasil penjualan yang dihasilkan perusahaan.¹³

Oleh karena itu, kejadian tersebut perlu dikaji kaitannya berbagai elemen yang dapat mempengaruhi profitabilitas bank, jika dikaitkan dengan biaya promosi dan juga biaya tenaga kerja karena biaya tersebut erat kaitannya dengan profitabilitas yang dihasilkan oleh suatu bank. Hasil dari penelitian Ira Siti Rohmah Maulida bahwa tingkat profitabilitas Bank Syariah Mandiri dipengaruhi secara signifikan dan positif baik oleh biaya

¹³ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 26.

tenaga kerja maupun biaya promosi.¹⁴ Dari penelitian Asep Saifullah memaparkan bahwa peningkatan laba bank berbanding lurus dengan *Return On Assets* (ROA). Berdasarkan interpretasi data, baik biaya tenaga kerja maupun biaya promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap profitabilitas (ROA).¹⁵ Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa pertimbangan di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022?
2. Apakah biaya tenaga kerja berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022?
3. Apakah biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

¹⁴ Ira Siti Rohmah Maulida, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri,” *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 17.

¹⁵ Asep Saefullah, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018” (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 102.

1. Untuk menganalisis biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022.
2. Untuk menganalisis biaya tenaga kerja berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022.
3. Untuk menganalisis biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah periode 2017-2022.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berkontribusi dan menjelaskan bagaimana ilmu keuangan telah berkembang di industri perbankan, khususnya dalam hal profitabilitas bank.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memajukan pemahaman ilmiah. sehingga mendorong penulis untuk mempelajari lebih lanjut tentang biaya tenaga kerja, biaya promosi, dan profitabilitas bank.

- b. Bagi Universitas

Untuk memberikan pemahaman dan informasi mengenai faktor-faktor yang diteliti serta sebagai sumber bagi para peneliti masa depan diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensii ilmiah lain dalam bidang ekonomi syariah.

c. Bagi Institusi/ Bank

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada bank Mega Syariah yang sedang berputar-putar kinerja operasional supaya berlangsung menjadi lebih baik dalam mencapai pertumbuhan laba.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu konsep yang terdapat pada penelitian yang dipilih peneliti dengan karakteristik tertentu sebagai petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan diukur. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu biaya promosi dan tenaga kerja, sedangkan untuk variabel dependen yaitu profitabilitas.

a. Variabel Independen

Variabel independen itulah yang dalam bahasa Indonesia disebut demikian. Variabel independen ialah faktor yang mungkin berdampak, memicu, menyebabkan variabel bebas lainnya.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu:

1. biaya promosi (X1)
2. biaya tenaga kerja (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah nama lain dari variabel lampiran, kriteria, atau konsekuensi adalah faktor-faktor yang dipengaruhi

atau muncul dari variabel independen. Rasio *Return On Assets* (ROA) yang menjadi ukuran profitabilitas. Rasio yang dikenal dengan *Return On Assets* (ROA) menunjukkan tingkat pengembalian seluruh aset perusahaan. Berikut adalah variabel dependen yaitu profitabilitas (Y).

2. Indikator Penelitian

Setelah ditemukannya variabel-variabel penelitian, dapat dilanjutkan dengan menguraikan indikator-indikator penelitian yang terdapat pada setiap variabel yang akan diteliti. Indikator berikut digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. 4
Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	Biaya Promosi (M. Anang Firmansyah, 2019)	1. Biaya Periklanan 2. Biaya Promosi penjualan 3. Biaya Penjualan pribadi 4. Biaya publisitas
2.	Biaya Tenaga Kerja (Firdaus Ahmad, 2019)	1. Biaya Tenaga Kerja Langsung 2. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung
3.	Profitabilitas (WD Yulihapsari, 2017)	1. <i>Return on asset</i> (ROA)

Sumber: Dokumentasi 2023

F. Definisi Operasional

Definisi judul yang diambil secara tepat sangatlah penting untuk memudahkan dan memperjelas makna frasa yang dipakai pada penelitian ini. Pengertian istilah-istilah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Biaya Promosi

Biaya terkait promosi dikeluarkan atau disiapkan pihak bank Mega Syariah untuk memperkenalkan atau memperkuat suatu produk yang dihasilkan perusahaan tersebut kepada masyarakat luas agar dapat meningkatkan penjualan produk tersebut. Biaya penjualan pribadi, publisitas, promosi penjualan, dan periklanan merupakan beberapa indikator biaya promosi yang digunakan dalam penelitian ini

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya yang berkaitan oleh tenaga kerja dikeluarkan dan di siapkan oleh bank Mega Syariah sebagai suatu balas jasa atau sebagai pengganti atas pegawai yaitu gabungan upaya fisik dan mental karyawan dalam menghasilkan produk perusahaan. Indikator biaya tenaga kerja yang diperhitungkan dalam penelitian ini meliputi biaya gaji dan biaya upah

3. Profitabilitas

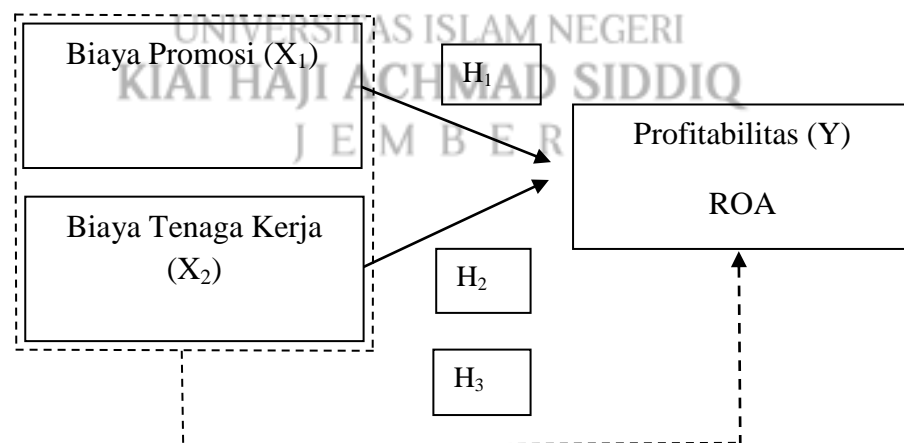
Kapasitas bank untuk menghasilkan keuntungan dikenal sebagai profitabilitas, baik dari tindakan operasional maupun ekstra operasional. Salah satu kriteria yang dipertimbangkan ketika memilih bank Mega Syariah sehat atau tidak adalah dengan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA), profitabilitas tercapai.

Permasalahan yang ada yaitu profitabilitas yang mengalami fluktuatif pada beberapa tahun berturut-turut maka peneliti bermaksud untuk meneliti ada atau tidak adanya dampak pengeluaran tenaga kerja dan

promosi terhadap profitabilitas dikarenakan dari studi penelitian terdahulu menunjukkan erat kaitannya antara variabel tersebut.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi dasar disebut juga asumsi penelitian yang merupakan asumsi yang harus dibuat mengenai semua variabel yang diteliti sebelum peneliti dapat mulai mengumpulkan data. Hal ini dimaksudkan untuk memperjelas topik penelitian, sekaligus menjadi landasan penelitian, serta mengungkapkannya dalam hipotesis.¹⁶ Asumsi dari penelitian ini yaitu menyatakan bahwa pada tahun 2017 hingga 2022, profitabilitas bank Mega Syariah akan sangat dipengaruhi oleh biaya tenaga kerja dan promosi. Berikut ini yang menjadi landasan konseptual penelitian ini:



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan

- : Pengaruh Parsial
 - - - - - → : Pengaruh Simultan

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Press, 2019), 41.

Pada Gambar 1. 1 di atas menjelaskan bahwa variabel independen biaya promosi (X1) dan biaya tenaga kerja (X2) mempengaruhi profitabilitas (Y) pada periode 2017-2022.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah proses yang dilakukan peneliti untuk menduga karakteristik dan parameter pada populasi dari sebuah penelitian, hipotesis yang dinyatakan peneliti membawa peneliti pada perumusan sebuah kaidah yang bisa membawa pada keputusan akhir, yaitu menolak atau menerima hipotesis yang sudah di nyatakan.¹⁷ Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai dugaan sementara yang kebenaran atau kesalahannya belum diketahui, dan pernyataan sementara tentang temuan penelitian juga digunakan untuk menyatakan hipotesis ini.¹⁸ Berikut hipotesis penelitiannya :

1. Pengaruh biaya promosi terhadap profitabilitas (ROA)

Pada penelitian Ira Siti Rohmah dikemukakan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh positif kepada ROA. Hal ini didasarkan dari pengujian hipotesis dan hipotesis alternatif juga diterima pada tingkat substansial. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa variabel bebas biaya promosi terdapat pengaruh secara positif dan penting bagi profitabilitas ROA bank Mandiri Syariah.¹⁹

Penelitian Fitri Ana Siregar menunjukkan bahwa biaya promosi dapat

¹⁷ Nurul Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti, *Mudahnya Memahami Metode Penelitian* (Bojonegoro: CV. Agrapana Media, 2021), 61.

¹⁸ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 66.

¹⁹ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 97.

menggalang dana pihak ketiga untuk mendukung hal tersebut dan akan berdampak kepada kenaikan profitabilitas bank.²⁰

H₁: Biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas (ROA) bank Mega Syariah

H₀: Biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah

2. Pengaruh biaya tenaga kerja terhadap profitabilitas (ROA)

Berdasarkan Penelitian Asep Saifullah dinyatakan bahwa di Bank Mandiri Syariah, biaya tenaga kerja berdampak positif di profitabilitas, Itu membuktikannya diperlukan tenaga kerja yang berkualitas untuk menunjang operasional yang dapat mendongkrak profitabilitas suatu bank.²¹ Dikuatkan oleh penelitian Winda Agustin yang berisi bahwa dampak biaya tenaga kerja cukup menguntungkan dan signifikan terhadap rasio profit margin PT. Unilever Tbk. Pada tahun 2012-2019 dengan angka signifikan 0,002 dan koefisien korelasi 0,723 yang artinya berada antara nilai 0,00-0,799 hal ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan, tren keseluruhannya meningkat, dan jika biaya tenaga kerja dikurangi secara efektif maka rasio margin keuntungan juga akan meningkat.²²

²⁰ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017," *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 23.

²¹ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 102.

²² Winda Agustin, "Pengaruh Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Rasio Profit Margin pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia," *STIE PASIM SUKABUMI* 2, no.2 (Agustus, 2021): 106.

H₂: Biaya tenaga kerja berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas

H₀: Biaya tenaga kerja tidak berpengaruh secara parsial terhadap Bank Mega Syariah.

3. Pengaruh biaya promosi dan biaya tenaga kerja terhadap profitabilitas (ROA).

Menurut kajian Ira Siti Rohmah Maulida dikemukakan bahwa dampak biaya tenaga kerja dan promosi diprofitabilitas (ROA) sangatlah besar. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya tenaga kerja dan promosi yang efektif juga akan meningkatkan laba atas investasi (ROA). Jika biaya tenaga kerja dan promosi dikelola secara efektif, diharapkan nasabah akan tertarik untuk berinvestasi dalam jumlah besar, jadi bank dapat menawarkan pembiayaan gratis kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Secara tidak langsung konsumen yang mengembangkan pembiayaan dapat membantu bank menjadi lebih untung.²³

Penelitian Asep Saifullah memaparkan bahwa keuntungan yang diperoleh suatu bank meningkat seiring dengan meningkatnya ROA bank tersebut. Baik biaya tenaga kerja maupun promosi secara

²³ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 25.

signifikansi mempengaruhi profitabilitas (ROA), demikian temuan sebuah studi tentang interpretasi data.²⁴

H₃: Biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas (ROA).

H₀: Biaya promosi dan biaya tenaga kerja tidak berpengaruh secara simultan terhadap Bank Mega Syariah

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan penelitian yaitu tata cara dalam penyusunan penelitian kuantitatif secara lengkap dari awal sampai akhir sesuai dengan pedoman yang ada. Sistematika pada penelitian ini sebagai berikut:²⁵

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini memuat keadaan yang memaparkan keresahan, kepenasaran serta dorongan pentingnya dilakukannya penelitian ini dengan mengkaji sebuah fenomena yang aktual dan menjadi bahan dilakukannya penelitian.

2. BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pada bagian ini memuat kajian lampau tetapi masih ada sebuah kaitan pada kajian yang hendak dilakukan penelitian terkini. Biasanya kajian lampau ini digunakan sebagai pedoman hasil kajian terkini dan sebagai pembandingan apakah memiliki hasil yang sama atau berbeda. Selain itu

²⁴ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 103.

²⁵ Tim Penyusun, 73.

pada bagian ini memaparkan sebuah teori yang akan dibuktikan pada pembahasan hasil.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini mencantumkan paparan berhubungan dengan jenis penelitian beserta pendekatannya, selain itu juga akan dijabarkan tentang populasi, sampel, teknik beserta instrumen dan hasil analisa statistiknya.²⁶

4. BAB IV PENYAJIAN DATA

Pada bagian ini mencakup kaitannya dengan bayangan benda tersebut yang harus sesuai dengan topik penelitian, penyajian data, penjabaran dari analisa data maupun ulasan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Pada bagian terakhir disajikan kesimpulan dan saran rekomendasi yang diajukan peneliti berdasarkan hasil temuan.

²⁶ Tim Penyusun, 38-42

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti menyajikan sejumlah temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dijadikan topik utama pembahasan pada bagian ini, dilanjutkan dengan ringkasan. Baik peneliti yang karyanya telah dipublikasikan oleh peneliti lain maupun temuan penelitian yang tidak dipublikasikan. Dengan demikian, maka dapat mengetahui derajat keasliannya (berdasarkan penilaian bahan) dan variasi kajian yang akan dilakukan, seperti:

1. Sofie Primadany Putri, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi mempunyai pengaruh terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan perusahaan minuman. Penelitian ini melihat pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian menggunakan data sekunder dari laporan yang telah terdaftar di BEI, metodologinya adalah metode kuantitatif yang menggunakan pendekatan asosiatif untuk menyelidiki hubungan antara dua variabel atau lebih. Persamaan dengan penelitian ini berupa variabel independen yaitu biaya promosi, dan variabel independen biaya produksi, variabel dependen keuntungan, dan pendekatan

khususnya pendekatan asosiatif adalah yang membedakan dengan penelitian ini.²⁷

2. Sindy Natasya Taringan dan Valentine Siagian dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Biaya Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021 menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik penarikan sample purposive sampling dari data sekunder yang terdapat pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI mendapatkan hasil bahwa biaya bahan baku tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, biaya tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap profitabilitas dan biaya *overhead* memiliki dampak positif terhadap profitabilitas. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel independent biaya tenaga kerja, variabel dependen profitabilitas, dan metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen biaya bahan baku, biaya overhead.
3. Fitri Ana Siregar, tahun 2015 hingga 2017, besarnya biaya promosi, dana pihak ketiga, inflasi, dan *Return on Assets* zakat bank umum syariah yang bergerak di bidang devisa, hasil dari penelitian ini yaitu variabel biaya promosi dan pendanaan dari luar mempunyai pengaruh pada *Return On Assets*. Biaya promosi, pembiayaan pihak ketiga, inflasi, dan zakat semuanya berpengaruh terhadap return on assets,

²⁷ Sofie Primadany Putri, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Busra Efek Indonesia (BEI)" (Skripsi, UMSU, 2022), 96-98.

meskipun variabel agama zakat tidak berpengaruh dan variabel inflasi berpengaruh. Menggunakan informasi sekunder dalam metodologi dan analisis penelitian kuantitatif diambil dari situs resmi OJK. Variabel independen yakni biaya promosi, variabel dependen, *Return On Asset*, dan menggunakan teknik penelitian, metodologi penelitian kuantitatif dengan analisis data sekunder, merupakan persamaan dari penelitian ini.²⁸

4. Aditya Surya Nanda, Andi Faroiq Hasan, dan Erwan Aristiyanto menyelidiki dampak CAR dan BOPO terhadap ROA pada bank syariah pada tahun 2011 hingga 2018. Temuan penyelidikan ini yakni tidak berpengaruh signifikan CAR terhadap kinerja keuangan dapat disebabkan kurangnya pemanfaatan untuk berinvestasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan, kinerja bank syariah dapat terkena dampak positif dari BOPO karena tingkat rasio BOPO yang relatif rendah menunjukkan kinerja manajemen yang cukup efektif. Variabel terikat *Return on Assets* dan penggunaan metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan bulanan sejenis merupakan persamaan penelitian variabel independen CAR dan BOPO berbeda.²⁹

²⁸ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017," *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 23.

²⁹ Aditya Surya Nanda, Andi Faroiq Hasan, Erwan Aristiyanto, "Pengaruh CAR Dan BOPO Terhadap ROA Pada Bank Syariah Pada Tahun 2011-2018," *Jurnal Islamic Banking Anda Finance* 3, no.1 (Mei, 2019): 24.

5. Mita Nopitasari, dampak biaya pelatihan dan promosi sejak tahun 2014 hingga 2018, penggalangan dana pihak ketiga di bank umum syariah Indonesia. Dari penelitian yang dilakukan menghasilkan bahwa untuk menunjukkan bahwa biaya yang terkait dengan pendidikan dan pelatihan pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap penggalangan dana pihak ketiga, data sekunder dari situs resmi bank digunakan dalam penelitian ini. Dalam persamaan penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu biaya promosi dan metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya yaitu pada variabel independen biaya diklat dan variabel dependen dana pihak ketiga³⁰
6. Andi Ruslan, Cepi Palevi, Syamsu Alam, Mursalim Nohong, di perbankan Indonesia dari tahun 2010-2019, pangsa pasar, biaya periklanan, dan profitabilitas. Berdasarkan temuan penelitian, pangsa pasar DPK mempunyai dampak positif yang besar terhadap profitabilitas bank, sedangkan biaya promosi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pangsa pasar DPK. Namun, dampak ini tidak signifikan secara statistik. Melalui pangsa pasar DPK, biaya promosi mempunyai dampak yang baik dan besar terhadap profitabilitas bank. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dipilih untuk metodologi penelitian kuantitatif penelitian ini, yang menggunakan data sekunder.
- Kesamaan penelitian ini terlihat pada variabel independen khususnya

³⁰ Mita Nopitasari, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018" (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2019), 119.

biaya iklan, variabel dependen *Return on Assets*, serta metode, prosedur, dan sumber data yang digunakan.³¹

7. Asep Saefullah melakukan penelitian di PT Bank Syariah Mandiri dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas.” Hasil dari penelitian tersebut yaitu profitabilitas PT Bank Syariah Mandiri dipengaruhi secara signifikan oleh pengeluaran promosi dan stimulasi biaya tenaga kerja, menurut analisis dan interpretasi data. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif sebagai strategi penelitian utamanya. Data sekunder merupakan sumber data hasil penelitian kepustakaan dapat diakses dalam buku sastra, jurnal, dan situs web terkemuka, yang menjadi pembanding dalam penelitian ini adalah variabel independen, variabel dependen, dan teknik dalam penelitian ini.³²
8. Ahmad Sayuni, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Bank BRI Syariah Tahun 2010 s/d 2018. Hasil dari penelitian ini yaitu laba bersih Bank BRI Syariah sama sekali tidak terpengaruh secara signifikan oleh biaya promosi (X1). Sedangkan dampak biaya tenaga kerja (X2) baik dan besar. Laba bersih bank BRI Syariah secara simultan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh biaya tenaga kerja dan promosi. Variabel bebas biaya tenaga kerja dan biaya promosi, serta metode penelitian

³¹ Ruslan A., Pahlevi C., Alam S., & Nohong, M. “Biaya Promosi, Pangsa Pasar Dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017,” *Simak* 17, no.1 (Mei, 2019): 120.

³² Asep Saefullah, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018” (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 121.

khususnya teknik penelitian kuantitatif dan sumber data yang digunakan sama dengan penelitian ini yaitu informasi sekunder yang diperoleh dari penelitian literatur yang dipublikasikan di buku, jurnal, dan website bereputasi dan juga menggunakan data sekunder dokumentasi. perbedaan terletak pada variabel dependen yaitu laba bersih.³³

9. Suci Noor Annisa, dampak pendekatan kinerja keuangan bank syariah terhadap profil risiko dan modalnya skala besar dianalisis. Temuan penelitian ini diketahui bahwa kinerja keuangan *Return On Asset* (ROA) Bank Mega Syariah dipengaruhi secara signifikan oleh dua faktor yaitu *Non Performing Finance* (NPF) dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR). NPF berefek negatif di ROA, sedangkan CAR berpengaruh positif. Ketiga, kinerja keuangan *Return On Assets* (ROA) dipengaruhi signifikan bagi *Non-Performing Financing* (NPF) dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diuji karena *Non Performing Financing* (NPF) dan *Capital Adequacy Rasio* (CAR) merupakan dua kriteria yang mempengaruhi seberapa besar pengaruh profitabilitas Bank Mega Syariah. Pemanfaatan penelitian kuantitatif dan variabel keterlibatan terhadap kinerja keuangan berupa *Return on Assets* membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

³³ Ahmad Sayuni, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Bank Bri Syariah Periode Tahun 2010-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 25.

Penelitian dalam penelitian ini menggunakan data sekunder.; namun, variabel independenlah yang membuat perbedaan.³⁴

10. Medina Almunawwaroh, Rina Marlina, dampak CAR, NPF, dan FDR terhadap profitabilitas bank syariah Indonesia. Berdasarkan temuan penelitian, nilai CAR, NPF, dan FDR mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap profitabilitas. Profitabilitas dipengaruhi secara negatif oleh nilai CAR dan NPF namun dipengaruhi secara positif oleh nilai FDR. Variabel CAR, NPF, dan FDR merupakan satu-satunya yang digunakan dalam penelitian ini untuk memprediksi profitabilitas bank. Profitabilitas merupakan variabel terikat dalam persamaan penelitian ini, dan Metode penelitiannya adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif; Namun yang membedakan adalah variabel independen CAR, NPF, dan FDR.³⁵

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan persamaan dan perbedaannya pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis Dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Sofie Primadany Putri. Pengaruh Biaya produksi dan Biiaya iklan Terhadap Laba Pada Perusahaan	a. Menguraikan variabel independen biaya promosi b. Memakai metodologi penelitian kuantitatif	a. Biaya produksi variabel independen b. laba variabel dependen c. pendekatan

³⁴ Suci Noor Annisa, "Analisis Penggunaan Metode Profil Risiko Dan Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Mega Syariah" (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019), 133.

³⁵ Madinah Almunawwaroh, Rina Marlina, "Pengaruh CAR, NPF Dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia," *Amwaluna* 2, no.1 (April, 2018): 52.

No	Nama Penulis Dan Judul	Persamaan	Perbedaan
	Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi pokok bahasan (Skripsi tahun 2022)	c. Menganalisis teknik data	penelitian
2.	Sindy Natasya Tarigan, Valentine Siagian, Pengaruh Biaya Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021 (JEMMA, Vol. 5 no.5 Tahun 2022)	a. Menggunakan variabel independent biaya tenaga kerja b. Menggunakan variabel dependen profitabilitas c. Menggunakan jenis penelitian kuantitatif d. Teknik penarikan sampel	a. Variabel independent biaya bahan baku b. Variabel independent biaya overhead c. Analisis data yang digunakan
3.	Fitri Ana Siregar, Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi, dan Zakat <i>Return on Asset</i> Bank Umum Syariah Devisa yang Signifikan Periode 2015–2017 (Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1 Tahun 2020).	a. Menguraikan variabel independen biaya promosi b. Menjelaskan <i>Return On Assets</i> , variabel terikatnya. c. Menggunakan teknik penelitian kuantitatif d. Teknik dalam pengumpulan data	a. Menjelaskan faktor independen dana pihak ketiga. b. Menguraikan variabel independent inflasi dan zakat

No	Nama Penulis Dan Judul	Persamaan	Perbedaan
4.	Aditya Surya Nanda, Andi Faroiq Hasan, Erwan Aristiyanto, Pengaruh CAR Dan BOPO Terhadap ROA Pada Bank Syariah Pada Tahun 2011-2018. (Jurnal Islamic Banking And Finance, Vol.3, No.1 2019.	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjelaskan variabel Return On Assets pada item ini b. Menggunakan teknik kuantitatif c. Tektik pengambilan data d. Analisis data 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguraikan variabel CAR b. Menguraikan variabel BOPO
5.	Mita Nopitasari, Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah DiIndonesia Periode 2014-2018 (Skripsi 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguraikan variabel independen biaya promosi b. Menggunakan strategi penelitian kuantitatif c. Metode pengumpulan data sekunder 	<ul style="list-style-type: none"> a. Variabel independen biaya diklat b. Variabel dependen c. Jenis penelitian
6.	Andi Ruslan, Cepi Palevi, Syamsu Alam, Mursalim Nohong. Biaya Promosi, Pangsa Pasar dan Profitabilitas perbankan Indonesia Tahun 2010-2017. (Jurnal Simak Vol.17 No.1 2019	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguraikan variabel independen biaya promosi b. Menguraikan variabel dependen profitabilitas c. Menggunakan metode penelitian kuantitatif d. Teknik dalam pengumpula data e. Jenis dan sumber data 	<ul style="list-style-type: none"> a. Variabel independen pangsa pasar
7.	Asep saefullah, pengaruh biaya	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguraikan variabel biaya promosi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan metode kuantitatif

No	Nama Penulis Dan Judul	Persamaan	Perbedaan
	promosi dan biaya tenaga kerja terhadap profitabilitas di PT Bank Syariah Mandiri periode 2016-2018 (2019)	<ul style="list-style-type: none"> b. Menguraikan variabel biaya tenaga kerja c. Menguraikan variabel profitabilitas d. Menggunakan metode penelitian kuantitatif 	diferensial
8.	Ahmad Sayuni, pengaruh biaya promosi dan biaya tenaga kerja terhadap laba bersih Bank BRI Syariah periode 2010-2018 (skripsi 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguraikan variabel independen biaya promosi b. Menguraikan variabel independen biaya tenaga kerja c. Teknik pengumpulan data d. Menggunakan metode penelitian kuantitatif 	a. Variabel dependen laba bersih
9.	Suci Noor Annisa, analisis penggunaan metode profil risiko dan permodalan terhadap kinerja keuangan pada bank mega syariah (skripsi 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. menjelaskan variabel reliabel b. menerapkan teknik penelitian kuantitatif c. Sumber data 	<ul style="list-style-type: none"> a. Variabel independent b. Teknik sampling
10	Medina Almunawwaroh, Rina Marlina. Pengaruh CAR, NPF dan FDR Terhadap profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 2 No. 1 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendeskripsikan variabel terikat profitabilitas. b. Menggunakan teknik penelitian kuantitatif c. Menggunakan analisis deskriptif d. Tektik pengumpulan data 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen CAR, 2. Variabel NPF 3. Variabel FDR

Sumber : Data diolah 2023

B. Kajian Teori

1. Biaya promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan yang paling penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan konsumen atau nasabah. Adanya promosi bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan untuk menarik calon nasabah baru dan juga dapat mempengaruhi nasabah lama untuk membeli dan pada akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya. promosi salah satu unsur penentu kinerja suatu program pemasaran. Kegiatan promosi berfungsi sebagai sarana untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan atau membeli barang yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya serta sebagai sarana komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha. Kegiatan promosi dan biaya promosi memiliki hubungan yang erat maka dari itu harus diperhatikan.³⁶ Penerapan promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu meliputi:

1. Periklanan (*advertising*),

Periklanan adalah kegiatan promosi yang didalamnya menyajikan pesan yang non personal atau tidak tertuju pada seseorang tertentu melainkan dipergunakan secara terbuka secara luas untuk suatu produk. Pesan tersebut dapat

³⁶ Yosy Arisandy, Robby Satriawan, "Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah," *AL-INTAJ* 4, no.1 (Maret, 2018): 78.

disampaikan melalui satu atau lebih media yang dibiayai oleh perusahaan untuk sponsor tersebut.

2. Publisitas

Publisitas yaitu bentuk komunikasi dan informasi tentang Perusahaan, produk, merk. Publisitas yaitu bentuk promosi non personal mengenai pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan cara mengulas informasi.

3. Penjualan pribadi

promosi ini melibatkan interaksi pribadi secara langsung antara salesman dengan pembeli, metode promosi ini lebih efektif karena dapat meningkatkan komunikasi yang interaktif.

4. Promosi penjualan.

Promosi penjualan adalah sebagai rangsangan secara langsung yang ditujukan untuk konsumen agar melakukan pembelian, yang termasuk dalam promosi penjualan yaitu seperti penurunan harga, pemberian diskon, atau sebuah undian yang dapat membuat promosi penjualan mempengaruhi konsumen.³⁷

Perencanaan yang lengkap dan efektif diperlukan untuk menentukan berapa besar pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tujuan pemasaran karena memerlukan biaya cukup besar untuk ditanggung oleh perusahaan. Perbankan syariah sangat

³⁷ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Pasuruan, Qiara Media, 2019), 308-316.

mementingkan biaya promosi karena bisa membantu menyebarkan informasi tentang keunggulan produk yang dipromosikan.³⁸

b. Pengertian Biaya Promosi

Menurut Henry Simarora pada bukunya menyatakan bahwa biaya promosi adalah sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan kedalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Promosi merupakan aspek penting dalam manajemen pemasaran, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan dari produk yang ditawarkan. Anggaran promosi yang disediakan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan sasaran yang ingin dicapai perusahaan, yang menganggarkan dananya lebih besar pada promosinya maka akan lebih efektif dari pada Perusahaan yang mempunyai anggaran kecil untuk promosinya.³⁹ Menurut teori yang dikemukakan pada jurnal Ira Siti Rohmah menyatakan bahwa ROA yang dihasilkan meningkat seiring dengan meningkatnya biaya promosi.⁴⁰

Berikut adalah indikator biaya promosi, yaitu:⁴¹

1. Biaya periklanan
2. Biaya publisitas

³⁸ Fitri Ana Siregar, "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017," *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 93.

³⁹ Yulia Desmita, Suarman, Ngadlan, "Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan PT Rianda Ganda Mandiri Di Pekanbaru," *Jurnal Online Mahasiswa* 2, no.1 (Oktober, 2015): 5.

⁴⁰ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 21

⁴¹ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Pasuruan, Qiara Media, 2019), 308-316.

3. Biaya penjualan pribadi
 4. Biaya promosi penjualan.
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi

Pada kegiatan promosi harus diperhatikan dalam menentukan bentuk promosi yang dilakukan. Berikut faktor-faktor yang memnentukan bentuk promosi:

1. Anggaran yang dialokasikan untuk promosi

Bidang usaha dengan lebih banyak sumber daya lebih mampu mengintegrasikan komponen promosi. Sebaliknya, bisnis dengan keuangan yang lemah dan promosi serta iklan yang minim kurang berhasil.

2. Keadaan pasar

Kondisi pasar meliputi geografi pasar produk serta calon konsumen sasaran.

3. Keadaan produk

Kondisi suatu produk juga mempengaruhi apakah barang tersebut dibuat dengan mempertimbangkan konsumen, barang industri, atau produk pertanian. Teknik yang digunakan bervariasi tergantung pada produknya.⁴²

2. Biaya Tenaga Kerja

- a. Pengertian tenaga kerja

⁴² Arif Fachrudin, Maria Valeria Roellyanti, Awan, *Bauran Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 72-73.

Elemen kunci dalam pembangunan adalah sumber daya manusia. Dalam skala besar, faktor input tidak akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika tidak tersedia personel yang cukup dan berkaliber tinggi dan berbiaya rendah. Sumber daya manusia adalah mereka yang merencanakan dan melaksanakan seluruh strategi dan tujuan perusahaan, mengawasi kualitas, menjual produk, serta membuat dan memproduksi barang dan jasa. Secanggih apapun teknologi atau berapa banyak uang yang disisihkan, tanpa sumber daya manusia yang mumpuni, tidak ada gunanya. Upaya secara mental atau fisik yang dilakukan oleh pekerja untuk memproses barang disebut tenaga kerja. Jika korporasi menjunjung tinggi hak-haknya sebagai pekerja, maka pekerja akan berfungsi dengan baik dan menjadi beban bagi usaha.⁴³

b. Pengertian Biaya Tenaga Kerja

Menurut Firdaus Ahmad dalam bukunya Akuntansi Biaya bahwa harga atau sejumlah uang tertentu yang dibebankan kepada pekerja atau pegawai yang bekerja pada sektor produksi disebut dengan biaya tenaga kerja.

Berikut adalah indikator biaya Tenaga kerja, yaitu:⁴⁴

1. Biaya tenaga kerja langsung
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung.

⁴³ Mila Badriyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 13.

⁴⁴ Firdaus Ahmad Dunia, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 68.

c. Elemen Tenaga Kerja

1. Biaya tenaga kerja langsung (*directlabour*).

Biaya tenaga kerja langsung merupakan pengeluaran yang berkaitan dengan tugas atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan barang suatu perusahaan. Oleh karena itu, komponen barang jadi atau produk dibebankan secara langsung untuk seluruh tenaga kerja langsung.

Harga ini membentuk komponen harga barang yang diduga biaya konvektif (*conversioncost*), terdiri dari biaya bahan langsung, biaya overhead produksi, dan biaya utama (*primecost*).

2. Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirectlabour*)

Biaya tenaga kerja yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi disebut biaya tenaga kerja tidak langsung. Akibatnya, biaya-biaya ini tidak dapat dikaitkan langsung dengan prosedur atau operasi produksi tertentu. Biaya tenaga kerja yang timbul secara tidak langsung dari proses produksi disebut demikian; akibatnya, mereka tidak dapat terikat pada langkah atau aktivitas tertentu.

Pengeluaran ini mendukung biaya tenaga kerja divisi pendukung (*service department*). Seperti departemen

yang bertanggung jawab atas pemeliharaan, ketepatan waktu, pembelian, dan pengendalian kualitas. Selain itu, upah atau gaji pegawai departemen tertentu termasuk dalam biaya tenaga kerja tidak langsung.⁴⁵

3. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Tujuan utama perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan, atau memaksimalkan pendapatan melalui memaksimalkan keuntungan maka perusahaan dapat meningkatkan produknya dan mensejahterakan pemilik, karyawan serta dapat melakukan investasi baru. Besarnya keuntungan harus diwujudkan sesuai antisipasi, oleh karena itu rasio keuntungan atau besar kecilnya keuntungan suatu perusahaan ditentukan oleh rasio profitabilitas.

Menurut Kasmir dalam bukunya mengartikan bahwa rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi potensi keuntungan bisnis. Rasio profitabilitas juga berfungsi sebagai cara untuk mengukur seberapa baik kinerja manajemen perusahaan.⁴⁶ Kemampuan bisnis untuk menciptakan laba tingkat yang terhormat diukur dalam persentase yang dikenal sebagai profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba. Laba per saham, laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, dan

⁴⁵ Firdaus Ahmad Dunia, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 68.

⁴⁶ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), 196.

laba penjualan adalah ungkapan yang digunakan untuk menyampaikan profitabilitas. Metrik profitabilitas menjadi standar yang diterima untuk mengukur kesehatan bisnis.

Menurut Sudarmaji & Sularto Rasio ROA yang menilai kemampuan untuk mengelola secara internal menghasilkan laba relatif terhadap total asetnya atau metrik untuk menentukan salah satu rasio yang digunakan untuk menilai profitabilitas adalah tingkat pengembalian aset perusahaan. Administrasi bank, masyarakat, pemegang saham, dan pemerintah merupakan kelompok yang tertarik untuk mempelajari tingkat profitabilitas.⁴⁷ Selain permodalan, kualitas aset, manajemen, dan likuiditas, profitabilitas ialah salah satunya elemen yang diperhitungkan dalam menentukan apakah suatu bank sehat atau tidak. Rasio profitabilitas meliputi.⁴⁸

1. Mengukur margin keuntungan penjualan (*Profit Margin On Sales*).
2. Tingkat persentase pengembalian atas ekuitas (ROE).
3. Tingkat pengembalian atas asset (*Return On Asset*)
4. Laba per saham, grafik ini menggambarkan berapa banyak uang yang dapat dihasilkan oleh beras dari setiap bagiannya.
- 5.

⁴⁷ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Pada PT Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 2-3.

⁴⁸ Kasmir, 199.

b. Pengertian *Return On Asset*

Return on Asset (ROA) yakni metrik yang dikembangkan Haryanto untuk menilai efisiensi dan efektivitas suatu perusahaan menghasilkan keuntungan dari operasionalnya. Bank sebaiknya memperhatikan ROA karena dapat dimanfaatkan untuk menilai seberapa sukses suatu bisnis menghasilkan keuntungan melalui operasinya. Bisnis yang menghasilkan keuntungan menunjukkan bahwa mereka memiliki masa depan yang menjanjikan dan dapat terus beroperasi dengan sukses dalam jangka panjang.⁴⁹ Laba bersih relatif terhadap total aset dapat digunakan untuk menghitung ROA. Menghitung rasio ini dilakukan sebagai berikut Return On Asset

$$= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

c. Matrik Kriteria Penilaian ROA

Tabel 2. 2

Matrik Kriteria Penilaian ROA

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat sehat	$\geq 1,5\%$
2	Sehat	$1,25\% \leq 1,5\%$
3	Cukup sehat	$0,5\% \leq 1,25\%$
4	Kurang sehat	$0\% \leq 0,5\%$
5	Tidak sehat	$ROA \leq 0\%$

Sumber: Lampiran SEBI No. 13/24/DPNP tahun 2011

⁴⁹ Madinah Almunawwaroh, Rina Marlina, "Pengaruh CAR, NPF, dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia" *Amwaluna* 2, no.1 (April, 2018): 31.

Berdasarkan tabel matrik kriteria penilaian ROA di atas terlihat bahwa suatu bank dikatakan “sangat sehat” jika hasil ROA menunjukkan angka $\geq 1,5\%$, dan dinyatakan “sehat” kalau hasilnya lebih dari 1,25% akan tetapi kurang dari 1,5%. Kemudian dinyatakan “cukup sehat” jika hasilnya menunjukkan lebih besar dari 0,5% tetapi tidak lebih besar dari 1,25%. Jika hasil menunjukkan lebih dari 0% tapi kurang dari 0,5% maka dinyatakan “kurang sehat”,” namun *outcome* tersebut dianggap “tidak sehat” jika ROA yang dihasilkan kurang dari 0%.

d. Kegunaan *Return On Asset*

Berikut beberapa penerapan *Return On Asset* yaitu:

1. Kelengkapannya adalah kegunaan utamanya. Jika bisnis telah mengadopsi metode akuntansi yang tepat, manajemen dapat menggunakan laba atas aset untuk mengevaluasi efisiensi pengelolaan modal kerja, efisiensi produk, dan efektivitas penjualan.
2. *Return On Assets* dapat membandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaan lain sejenis
3. *Return On Assets* dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi atau bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal kedalam bagian yang bersangkutan.

4. Pengembalian aset, yang mengalokasikan seluruh biaya dan modal biaya dan modal bagian terkait dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa efektif suatu divisi atau bagian menjalankan tugasnya dan dapat mengukur profitabilitas setiap produk yang dihasilkan bisnis dengan melihat laba atas aset.
5. *Return on Assets* bermanfaat bagi perencanaan selain juga berharga untuk tujuan pengendalian.⁵⁰



⁵⁰ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 53.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sesuai dengan metodologi penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat, mengungkapkan dan memberikan penjelasan menyeluruh tentang masalah yang sedang diselidiki, penggunaan data dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa laporan keuangan, dengan angka-angka yang dipakai peneliti dalam pengumpulan data, penyajian, dan hasil dari Bank Mega Syariah 2017–2022.⁵¹

Sedangkan jenis penelitian yang dipakai yakni penelitian korelasi, merupakan jenis penelitian guna mengetahui keterlibatan antara 2 variabel atau bisa lebih tanpa ada usaha dalam memberi dampak variabel hingga tiada kejadian kecurangan pada variabel. Derajat keterkaitan antar variabel dapat ditentukan guna membangun penelitian yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian⁵².

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri atas hal-hal atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang dipilih peneliti untuk disimpan sebelum mengambil kesimpulan. Selain

⁵¹ Nurul Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti, *Mudahnya Memahami Metode Penelitian* (Bojonegoro: CV. Agrapana Media, 2021), 148.

⁵² Nurul Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti, 146.

manusia, juga mencakup benda mati dan benda alam lainnya.⁵³ Oleh karena itu, populasi adalah kumpulan seluruh unsur yang mempunyai sifat tertentu yang sama dan menjadi obyek pengamatan yang akan dilakukan. Populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan bulanan yang diterbitkan oleh Bank Mega Syariah pada *website* resmi yang terdiri dari laporan keuangan bulanan dari bulan Januari 2017 sampai dengan Mei 2023 yang memuat 77 laporan keuangan bulanan.

2. Sampel

Sampel mewakili sebagian ukuran dan komposisi populasi, beberapa ciri-ciri yang membentuk populasi. Pengambilan sampel diperlukan untuk memperoleh hasil yang akurat dari sampel populasi, dan teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, artinya tidak setiap individu atau komponen populasi diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Mengumpulkan sampel dari populasi dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu disebut *purposive sampling*, penentuan sampel dari populasi berdasarkan sifat atau ciri-ciri tertentu, penentuan ini berdasarkan tujuan penelitian.⁵⁴ Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kriteria laporan keuangan bulanan yang resmi diterbitkan oleh Bank Mega Syariah, dalam laporan tersebut memuat data lengkap yang diperlukan untuk penelitian dari periode 2017-2022. Berdasarkan kriteria tersebut maka didapatkan 66 sampel catatan

⁵³ Nurul Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti, 119.

⁵⁴ Nurul Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti, 123.

keuangan terperinci tersedia di situs resminya di Bank Mega Syariah periode 2017-2022.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan tehnik untuk memperjelas cara memperoleh data karena pengumpulan data, analisis, dan penarikan kesimpulan dari temuan merupakan komponen mendasar dalam penelitian. Menggunakan metode pengumpulan data yaitu studi dokumentasi yang artinya cara memperoleh suatu data bersumber dari dokumen dimiliki perusahaan tersebut berupa laporan keuangan.⁵⁵ Sedangkan instrumen mencakup seperangkat alat untuk mengumpulkan data untuk penelitian. Instrumen pada penelitian ini adalah laporan keuangan bulanan data sekunder dari website Bank Mega Syariah tahun 2017–2021. Laporan keuangan bulanan berdasarkan yang diperoleh data sekunder dari website Bank Mega Syariah tahun 2017–2021 dijadikan sebagai sumber data utama penelitian.

D. Analisis Data

Analisis data adalah melibatkan pengumpulan semua data secara cermat, berdampak pada biaya tenaga kerja dan promosi Bank Mega Syariah.

1. Teknik Analisis Deskriptif

Statistika yang dikenal dengan istilah "statistik deskriptif" mengacu pada statistik yang merangkum atau mengkarakterisasi data

⁵⁵Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), 114.

yang telah diperoleh pada keadaannya saat ini tanpa berusaha menarik kesimpulan atau generalisasi yang lebih luas.⁵⁶ Statistik deskriptif dibutuhkan dalam mendapatkan sebuah informasi yang lebih akurat tentang data yang tidak dapat diperoleh secara cepat dengan memeriksa data aslinya.⁵⁷

2. Uji Asumsi Klasik

Analisis berdasarkan data numerik disebut sebagai analisis data kuantitatif. Alat analisis kuantitatif dengan uji normalitas dan uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas merupakan contoh uji asumsi klasik. Berikut penjelasan mengenai pemeriksaan tersebut:

a. Uji Normalitas

Berdasarkan teori dari Ghozali, Uji normalitas merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya populasi yang akan dijadikan data evaluasi tersebar merata atau tidak. Menurut ketentuan data berdistribusi normal maka pantas melanjutkan penelitian.

Cara pertama, pengujian normalitas *one sample kolmogrov-smirnov*. Ketentuan:

1. Nilai signifikan melebihi 0,05 mendeteksi data normal.
2. Nilai signifikan kurang 0,05 mendeteksi tidak normal.⁵⁸

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

⁵⁷ Sugiyono, 226.

⁵⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9* (Semarang: Undip, 2018), 31.

Cara kedua, mendeteksi normalitas dengan grafik *P-Plot*.

Ketentuan:

1. Data berdistribusi normal ditunjukkan sebaran-sebaran data pada grafik normal *P-Plot* berada maju ke arah garis diagonal.
2. Data tidak berdistribusi secara normal ketika di tunjukan hasil grafik normal *P-Plot* menyebar luas atau tidak terletak searah garis diagoalnya.⁵⁹

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear yang pasti antara peubah ubah bebasnya, untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas dapat mempergunakan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factory*). Nilai *VIF* masih kurang dari 10, multikolinieritas tidak terjadi.⁶⁰ Menurut Ghozali dalam bukunya uji multikolinoritas digunakan untuk memprediksi korelasi yang terbentuk dalam sesama variabel independent teridentifikasi kuat/lemah dalam persamaan regresi. Untuk melihat adanya multikolinoritas didasarkan atas angka *tolerance* juga *variance Inflation Factor* (*VIF*) melalui ketentuan :

1. Angka *tolerance* $\geq 0,10$ juga *VIF* ≤ 10 , disimpulkan tidak timbul multikolinieritas.

⁵⁹ Imam Ghozali, 163.

⁶⁰ Kumba Digidowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2017), 109.

2. Angka *tolerance* $\leq 0,10$ juga $VIF \geq 10$, mengartikan telah timbul multikolinieritas.⁶¹

c. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan apabila data penelitian yang digunakan adalah data deret waktu, hal ini dilakukan; Namun, jika datanya berbentuk *cross section*, pengujian autokorelasi tidak diperlukan. Data *crosssection* dikumpulkan secara bersamaan dengan data deret waktu dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

Korelasi antar kesalahan linier diuji dengan menggunakan metode autokorelasi dari sekumpulan pengamatan yang telah disusun menurut data deret waktu. Menggunakan uji Durbin-Wadson (DW Test) untuk menentukan apakah ada atau tidak adanya gejala autokorelasi.⁶²

Ketentuan autokorelasi dapat ditentukan berdasarkan nilai Durbin Watson:

1. Terjadi autokorelasi positif jika nilai D-W di bawah -2
2. Terjadi autokoreasi negatif jika nilai D-W di atas +2
3. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai D-W berada diantara -2 sampai +2.⁶³

⁶¹ Imam Ghozali, 107-108.

⁶² Kumba Digdowniseiso, 109- 110.

⁶³ Sindi Natasya Tarigan, "Pengaruh Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik Terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021," *JEMMA* 5, no.2 (September, 2022): 166.

d. Uji heteroskedastitas

Tujuan dari uji heteroskedastitas adalah untuk menentukan varians dari residu model regresi berbeda secara signifikan dari satu observasi ke observasi berikutnya. Homoskedastisitas terjadi jika varians akhir konstan atau identik, jika variansnya tinggi maka terjadi heteroskedastisitas yang dihasilkan berbeda. Pola gambar *Scatterplot* menunjukkan cara pengujian heteroskedastisitas, aturannya yaitu sebagai berikut:

1. Terjadi heteroskedastisitas apabila terlihat bentuk yang teratur, meliputi titik-titik yang bergelombang, melebar dan menyempit.
2. Tidak berlaku heteroskedastisitas apabila tidak terlihat bentuk yang teratur dan juga titik-titik terdistribusi secara acak berada menyebar pada angka 0 dan pada sumbu Y.⁶⁴

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis statistik disebut regresi berganda hubungan dua variabel independen berbeda yaitu biaya promosi X1 dan biaya tenaga kerja X2 dengan variabel dependen profitabilitas Y. Model regresi berganda populasi secara umum terlihat seperti ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$$Y = \text{Profitabilitas (ROA)}$$

⁶⁴ Aditya Surya Nanda, Andi Farouq Hasan dan Erwam Aristyanto, "Pengaruh CAR dan BOPO Terhadap ROA Pada Bank Syariah Tahun 2011-2018," *Islamic Banking and Finance Journal* 3, no.1 (Maret, 2019): 19-32.

a = Konstanta / *parameter intercept*

b_1, b_2 = koefisien regresi variabel independent X

X_1 = biaya promosi

X_2 = biaya tenaga kerja

E = standart error⁶⁵

4. Uji Hipotesis

Setelah menggunakan regresi linier berganda untuk menganalisis regresi, penting untuk menentukan apakah model tersebut masuk akal atau tidak. Hal ini dikenal dengan menentukan *goodness of fit* model. Hal ini diukur secara statistik menggunakan statistik t, statistik F, dan koefisien determinasi. Ukuran kesesuaian atau fleksibilitas korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat disebut "*goodness of fit*". Inilah pembedanya. Berikut penjelasannya:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial menetapkan seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi semua faktor lainnya tetap konstan. Derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$ digunakan untuk menghitung nilai t dalam tabel statistik dengan ambang signifikansi 5%, dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah total data. Hipotesisnya adalah:

⁶⁵ Kumba Digdowiseiso, 120.

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh cukup besar terhadap variabel dependen.⁶⁶

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengevaluasi bagaimana variabel-variabel independen saling mempengaruhi secara bersamaan. Model persamaan regresi termasuk dalam kriteria fit atau cocok jika variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas secara bersamaan. Hal ini diyakini:

1. Apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁶⁷

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada hakikatnya memberi gambaran yang difungsikan menunjukkan sebuah perubahan variabel dependen karena keberadaan perubahan variabel independent. Jika variabel yang terdapat pada persamaan makin banyak dan pemilihannya sesuai dalam

⁶⁶ Sindi Natasya Tarigan, "Pengaruh Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik Terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021," *JEMMA* 5, no.2 (September, 2022), 168.

⁶⁷ Sindi Natasya Tarigan, "Pengaruh Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik Terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021," *JEMMA* 5, no.2 (September, 2022), 169.

prediksi variabel dependen maka besarnya R^2 akan naik yang berarti tepat. Kisaran angka R^2 yang dimiliki berada pada angka 0 sampai 1, yang menjelaskan apabila nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan jumlah variabel independent yang dipakai semakin banyak maka memungkinkan pengaruhnya semakin dominan dan kuat hingga hasil R^2 bertambah besar.⁶⁸



⁶⁸ Suci Noor Annisa, "Analisis Penggunaan Metode Profil Risiko Dan Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Mega Syariah" (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019), 94- 95.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Mega Syariah

Pada tanggal 14 Juli 1990, PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu) didirikan. Melalui PT Mega Corpora (d/h PT Para Global Investindo) dan PT Para Investama Mitra, PT Mega Corpora (sebelumnya PT Para Group) mengakuisisi Bank Mega Syariah pada tahun 2001. Pada tanggal 27 Juli 2004, akuisisi ini menandai dimulainya peralihan operasional perusahaan menjadi PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI), bank umum syariah, dari bank umum tradisional.

Pemegang saham Bank Syariah Mega Indonesia memutuskan untuk mengubah logo BSMI menjadi Bank Mega Syariah setelah tiga tahun beroperasi, yang diputuskan pada tanggal 2 November 2010. Pada tanggal 16 Oktober 2004, Bank Mega Syariah mendapat persetujuan berfungsi sebagai bank internasional. Bank Mega Syariah dapat melakukan transaksi valuta asing dan menjalankan bisnis internasional berkat status ini. bank umum yang menganut syariat Islam papan atas di Indonesia ini akhirnya semakin kokoh dengan taktik perluasan pasar dan keadaan bank devisa Bank Mega Syariah.

Selain itu, pada bulan April 2009, Kementerian Agama Republik Indonesia memberikan kewenangan kepada Bank Mega Syariah untuk bertindak sebagai bank penerima pembayaran biaya-

biaya yang berkaitan dengan penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH). Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat), dijalankan oleh Kemenag RI yang terhubung dengan bank ini menjadikannya bank umum kesembilan yang terdaftar sebagai BPS BPIH online. Lisensi ini memberikan Bank Mega Syariah landasan baru untuk memenuhi tuntutan perbankan syariah masyarakat Indonesia.

Untuk memenuhi misinya, PT Mega Corpora, pemangku kepentingan terbesar bank, berkomitmen di Bank Mega Syariah menjadikan bank umum syariah terbaik di sektor perbankan syariah tanah air. Dengan terus meningkatkan permodalan bank, dedikasi tersebut dapat ditunjukkan. Bank Mega Syariah akan mampu memberikan layanan terbaiknya meskipun persaingan bisnis perbankan syariah nasional semakin meningkat. Mirip dengan tahun 2010, pemegang saham meningkatkan modal yang diizinkan melalui rapat setoran modal berkisar Rp150.060 juta hingga Rp318.864 juta, dan penggunaan rapat umum pemegang saham (RUPS) antara Rp400 juta hingga Rp1,2 triliun. Modal para deposan kini sudah melampaui Rp 847,114 miliar, menurut laporan terbaru.

Pada tahun 2013, dengan memindahkan kantor pusatnya dari Menara Bank Mega ke Menara Mega Syariah, Bank Mega Syariah semakin mengukuhkan posisinya sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia.

2. Visi Misi Bank Mega Syariah

Visi dan Misi Bank Mega Syariah didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai..Adapun visi misi bank Mega Syariah sebagai berikut

VISI :

“Tumbuh dan Sejahtera Bersama”

MISI :

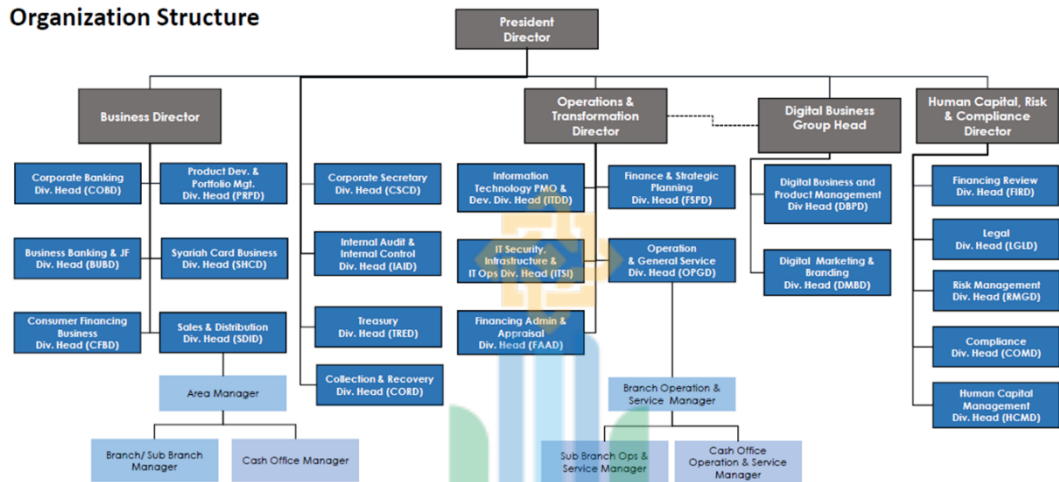
- a. Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dengan semua pemangku kepentingan.
- b. Menebarkan nilai-nilai kebaikan yang Islami dan manfaat Bersama sebagai wujud komitmen dalam berkarya dan beramal.
- c. Senantiasa meningkatkan kemampuan diri dan merancang pengembangan produk serta layanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Nilai Perusahaan

Konsep integritas budaya, sinergi dan keunggulan tercermin dalam budaya perusahaan. Integritas adalah melakukan hal yang benar karena kita merasa selalu berada di bawah kendalinya. Keunggulan secara konsisten bekerja tanpa kenal lelah untuk memberikan yang terbaik dan sinergi berarti memilih kekuatan untuk menghasilkan hasil yang unggul.⁶⁹

⁶⁹ <https://www.megasyariah.co.id/> diakses 25 Agustus 2023

4. Struktur Organisasi



B. Penyajian Data

Penyajian data memuat tentang temuan penting dari masing-masing variabel yang dipaparkan secara singkat namun bermakna dalam bentuk tabulasi data, tabel, angka statistik maupun grafik. Setiap variabel dijadikan dalam sub tersendiri dengan merujuk pada rumusan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Di bawah ini ialah penyajian data penelitian :

Tabel 4. 1
Laporan Keuangan Bulanan Biaya Promosi,
Biaya Tenaga Kerja dan *Return On Asset* Periode 2017-2022

No	Tahun	Bulan	Biaya Promosi	Biaya Tenaga Kerja	Return On Asset
			Rp	Rp	%
1	2017	April	Rp.1.696.000.000	Rp.48.961.000.000	0,6%
2		Mei	Rp.2.363.000.000	Rp.61.053.000.000	0,7%
3		Juni	Rp.3.014.000.000	Rp.73.491.000.000	0,8%

4		Juli	Rp.3.856.000.000	Rp.85.857.000.000	0,9%
5		Agustus	Rp.4.810.000.000	Rp.97.665.000.000	1,0%
6		Sebtember	Rp.5.395.000.000	Rp.109.615.000.000	1,1%
7		Oktober	Rp.6.253.000.000	Rp.122.378.000.000	1,2%
8		Nopember	Rp.7.071.000.000	Rp.135.117.000.000	1,3%
9		Desember	Rp.8.019.000.000	Rp.14.2197.000.000	1,4%
10	2018	Januari	Rp.492.000.000	Rp.12.302.000.000	0,0%
11		Februari	Rp.942.000.000	Rp.24.717.000.000	0,1%
12		Maret	Rp.1.546.000.000	Rp.37.226.000.000	0,2%
13		April	Rp.2.192.000.000	Rp.49.847.000.000	0,3%
14		Mei	Rp.3.063.000.000	Rp.62.530.000.000	0,4%
15		Juni	Rp.3.865.000.000	Rp.75.310.000.000	0,5%
16		Juli	Rp.4.699.000.000	Rp.88.174.000.000	0,5%
17		Agustus	Rp.5.585.000.000	Rp.100.768.000.000	0,6%
18		sebtember	Rp.6.518.000.000	Rp.113.349.000.000	0,7%
19		Oktober	Rp.7.389.000.000	Rp.125.902.000.000	0,8%
20		Nopember	Rp.8.326.000.000	Rp.138.168.000.000	0,8%
21		Desember	Rp.9.375.000.000	Rp.14.9921.000.000	0,8%
22	2019	Januari	Rp.993.000.000	Rp.12.495.000.000	0,0%
23		Februari	Rp.1.981.000.000	Rp.24.998.000.000	0,1%
24		Maret	Rp.3.172.000.000	Rp.37.779.000.000	0,2%
25		April	Rp.4.575.000.000	Rp.50.593.000.000	0,2%
26		Mei	Rp.6.075.000.000	Rp.63.373.000.000	0,2%
27		Juni	Rp.8.191.000.000	Rp.76.283.000.000	0,3%
28		Juli	Rp.10.228.000.000	Rp.89.551.000.000	0,4%
29		Agustus	Rp.12.214.000.000	Rp.102.631.000.000	0,5%
30		Sebtember	Rp.14.458.000.000	Rp.115.726.000.000	0,5%
31		Oktober	Rp.15.991.000.000	Rp.128.668.000.000	0,6%
32		Nopember	Rp.16.645.000.000	Rp.141.556.000.000	0,7%
33		Desember	Rp.17.472.000.000	Rp.154.551.000.000	0,8%
34	2020	Januari	Rp.1.266.000.000	Rp.13.694.000.0000	0,1%
35		Februari	Rp.2.416.000.000	Rp.27.532.000.000	0,2%
36		Maret	Rp.3.609.000.000	Rp.41.474.000.000	0,3%
37		April	Rp.4.733.000.000	Rp.55.234.000.000	0,3%
38		Mei	Rp.5.951.000.000	Rp.68.790.000.000	0,4%
39		Juni	Rp.6.906.000.000	Rp.81.532.000.000	0,4%
40		Juli	Rp.7.796.000.000	Rp.93.994.000.000	0,6%
41		Agustus	Rp.8.678.000.000	Rp.106.426.000.000	0,7%
42		Sebtember	Rp.9.547.000.000	Rp.118.847.000.000	0,9%
43		Oktober	Rp.10.456.000.000	Rp.131.276.000.000	0,9%
44		Nopember	Rp.11.417.000.000	Rp.143.761.000.000	0,9%
45		Desember	Rp.12.347.000.000	Rp.154.627.000.000	1,1%
46	2021	Januari	Rp.1.060.000.000	Rp.12.859.000.000	0,2%
47		Februari	Rp.1.936.000.000	Rp.25.935.000.000	0,5%

48		Maret	Rp.2.902.000.000	Rp.39.303.000.000	0,8%
49		April	Rp.4.404.000.000	Rp.53.649.000.000	1,1%
50		Mei	Rp.5.829.000.000	Rp.68.089.000.000	1,3%
51		Juni	Rp.7.256.000.000	Rp.82.649.000.000	1,6%
52		Juli	Rp.8.221.000.000	Rp.97.224.000.000	1,9%
53		Agustus	Rp.9.228.000.000	Rp.111.679.000.000	2,2%
54		September	Rp.10.635.000.000	Rp.126.370.000.000	2,3%
55		Oktober	Rp.11.945.000.000	Rp.141.149.000.000	2,7%
56		November	Rp.13.273.000.000	Rp.156.118.000.000	3,6%
57		Desember	Rp.12.416.000.000	Rp.17.1179.000.000	5,0%
58	2022	Januari	Rp.2.332.000.000	Rp.15.212.000.000	0,3%
59		Februari	Rp.47.85.000.000	Rp.30.362.000.000	0,5%
60		Maret	Rp.7.367.000.000	Rp.45.586.000.000	0,8%
61		April	Rp.10.143.000.000	Rp.61.136.000.000	1,5%
62		Mei	Rp.13.443.000.000	Rp.76.711.000.000	1,2%
63		Juli	Rp.19.117.000.000	Rp.109.790.000.000	1,4%
64		Agustus	Rp.22.690.000.000	Rp.128.144.000.000	1,6%
65		Oktober	Rp.29.136.000.000	Rp.165.191.000.000	2,0%
66		November	Rp.31.457.000.000	Rp.183.942.000.000	0,9%

Sumber : Data diolah 2023

C. Analisis dan Penyajian Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. 2
Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BP	66	492.00	31457.00	7926.6818	6276.39520
BTK	66	12302.00	183942.00	87760.8485	46222.56548
Y	66	29761.00	36112701.00	7895664.6515	6911010.21887
Valid N (listwise)	66				

Sumber: data olah 2023

Keterangan:

N : Jumlah Data

Minimum : adalah nilai terendah dalam kumpulan data.

Maksimum : adalah nilai tertinggi dalam kumpulan data.

Mean : adalah jumlah dari semua nilai dalam Kumpulan data dibagi dengan jumlah total nilai dalam kumpulan data tersebut.

Standart deviasi : adalah ukuran variabelitas atau disperse data.

Menurut tabel statistik deskriptif yang ditunjukkan di atas, jumlah data N variabel biaya promosi (X1) yaitu 66 data, dan menunjukkan nilai minimum 492,00, nilai maksimal 31457,00 dengan nilai rata-rata 7926,6818 dan standart deviasi 6276,39520.

Untuk variabel biaya tenaga kerja (X2) dengan jumlah data 66 menunjukkan nilai maksimal sebesar 183942,00 dan nilai minimal 12302,00 dengan nilai rata-rata 87760,8485 dan deviasi rata-rata 46222,56548.

Nilai minimum ditampilkan pada tabel statistik deskriptif di atas. Bahwa *Return On Asset* (Y) 29761,00 dan maksimal 36112701,00 dengan nilai rata-rata 7895664,6515 dan stardar deviasi sebesar 6911010,21887 pada 66 jumlah data.

2. Uji Asumsi Klasik

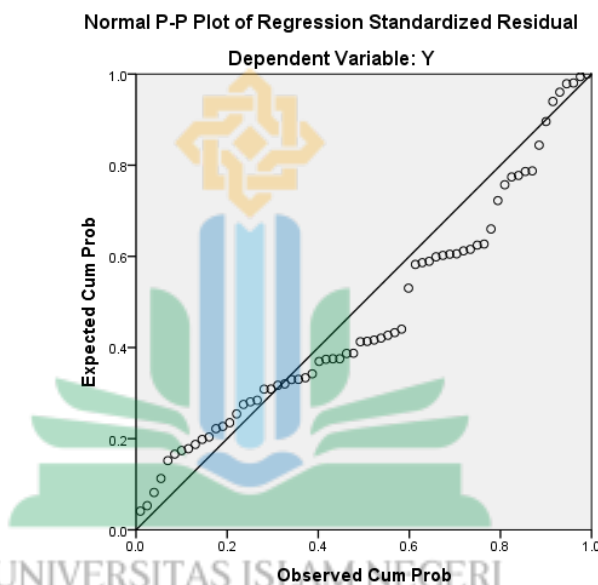
a. Uji Normalitas

Tabel 4. 3
Uji Normal One Sampel K-S

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.096

Sumber: data diolah 2023

Memeriksa normalitas menggunakan uji normal *One Sampel* K-S dengan memiliki nilai signifikansi $0,09 > 0,05$ mengartikan bahwa data yang digunakan adalah tipikal dan bisa diolah lebih lanjut.



Gambar 4.1
Uji Normal P-Plot

Sedangkan Uji *P-Plot* sementara untuk memeriksa keadaan normal dan didapatkan bahwa titik-titik tersebut menunjukkan bahwa data tersebar merata terletak pada garis diagonal dan mengikuti batas diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Biaya Promosi	.411	2.433
Biaya Tenaga Kerja	.411	2.433

Sumber : data diolah 2023

Hasil uji multikolinieritas membuktikan variabel biaya promosi mempunyai nilai tolerance 0,411 yang artinya ($0,411 > 0,10$) dan nilai VIF 2.433 artinya nilai VIF < 10 . Nilai toleransi variabel biaya tenaga kerja adalah 0,411 ($0,411 > 0,10$) dan VIF 2,433 ($2,433 < 10$). Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa pada kedua variabel tersebut tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dimana nilai *tolerance* variabel independent $> 0,10$ dan VIF < 10 .

c. Uji autokorelasi

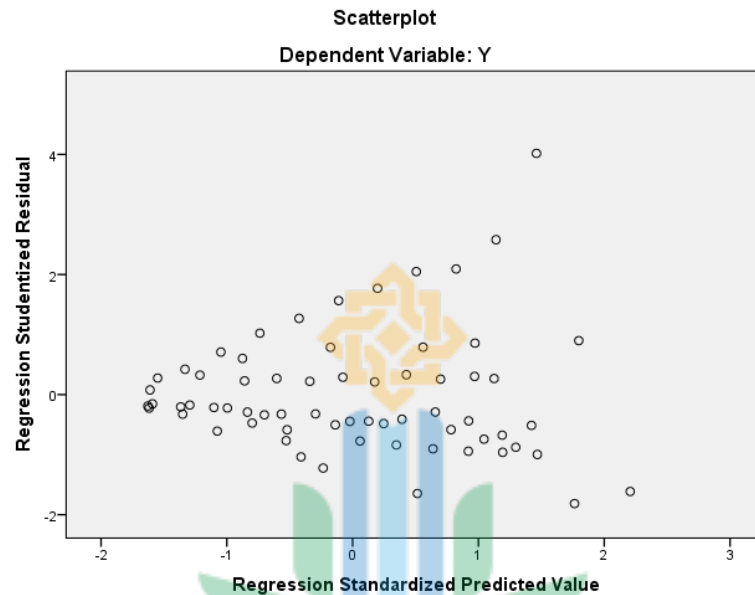
Tabel 4. 5
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	.846

Sumber: data diolah 2023

Melihat data pada tabel tersebut menunjukkan jika nilai *Durbin Watson* sebesar 0,846 dapat diartikan memiliki nilai itu terletak diantara -2 dan +2 berarti auto korelasi tidak terjadi.

d. Uji Heteroksidasitas



Mengamati gambar di atas hasil dari uji heteroksidasitas dengan menggunakan uji *Scatter-Plot* menunjukkan bahwa tidak ada bentuk yang tegas dan titik-titinya bertebaran secara sembarang berpusat pada 0 dan sepanjang sumbu Y. Hal ini menyiratkan bahwa heterooksidasi tidak terjadi.

3. Hasil Regresi linier Berganda

Tabel 4. 6
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)
(Constant)	323053.583
Biaya Promosi	37.732
Biaya Tenaga Kerja	82.879

Sumber : data diolah 2023

Dari tabel dapat dituliskan persamaan:

$$Y = 323053,583 + 37.732 X_1 + 82.879X_2$$

- a. Dari tabel 4.6 menunjukkan nilai *constant* berjumlah 323053,583 mengartikan bahwa jika variabel independem biaya promosi dan biaya tenaga kerja 0 (nol) maka variabel dependen Profitabilitas memiliki nilai sebesar 323053,583.
 - b. Diketahui bahwa nilai koefisien biaya promosi (X_1) sebesar 37,732. Nilai koefisien biaya promosi tersebut bernilai positif menunjukkan bahwa setiap koefisien biaya promosi meningkat maka profitabilitas (ROA) juga akan mengikuti dan sebaliknya jika koefisien biaya promosi turun maka ROA juga akan mengalami penurunan.
 - c. Diketahui bahwa nilai koefisien biaya tenaga kerja (X_2) sebesar 82,879. Nilai koefisien tersebut bernilai positif menunjukkan jika biaya tenaga kerja melonjak maka profitabilitas (ROA) bisa mengikuti, sebaliknya ROA juga akan turun jika nilai koefisiennya menurun.
4. Hipotesis
- a. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. 7
Uji t

	T	Sig.
Biaya Promosi	.214	.831
Biaya Tenaga Kerja	3.466	.001

Sumber: data diolah 2023

1. Biaya Promosi X1

T_{hitung} sebanyak 0,214 dengan signifikansi $0,831 > 0,05$ yang dapat diartikan bahwa biaya promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap ROA. Besaran biaya promosi yang dikeluarkan oleh Bank berdampak baik terhadap profitabilitas Bank akan tetapi dampak tersebut tergolong kecil.

2. Biaya Tenaga Kerja X2

T_{hitung} menunjukkan nilai 3,466 dengan ambang signifikansi $0,001 < 0,05$ menyatakan bahwa biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan dan positif pada ROA. Besaran biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh Bank berdampak baik terhadap profitabilitas dan dampak tersebut tergolong kuat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4. 8
Uji F

Model	F	Sig.
1	16.054	.000 ^b

Sumber: data diolah 2023

Seperti terlihat pada tabel uji F di atas, $F_{hitung} = 16,054$ dengan signifikansi 0,000 yang berarti biaya yang terkait dengan tenaga kerja dan promosi saling berinteraksi pada *Return On Asset*

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 9
Uji R²

Model	R	R.Square
1	.581 ^a	.338

Sumber : data diolah 2023

Pada tabel uji R² di atas menunjukkan bahwa nilai *R.Square* sebesar 0,338 atau 33,8%, yang artinya bahwa variabel dependen *Return On Asset* (ROA) sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel independen biaya promosi dan biaya tenaga kerja. Sedangkan sisanya sebesar 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel biaya promosi dan biaya tenaga kerja.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Biaya Promosi (X1) Terhadap Profitabilitas (Y)

Diketahui bahwa nilai T_{hitung} 0,214 dengan signifikasi 0,831 > 0,05 menunjukkan hubungan bahwa biaya promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Ditandai dengan pengaruh positif maka terdapat hubungan peningkatan ROA dikarenakan oleh tingginya biaya promosi yang dikeluarkan. Sedangkan hasil dari pengaruh tidak signifikan biaya promosi terhadap ROA mengartikan bahwa biaya promosi berkontribusi kecil atau lemah pada meningkatnya ROA.

Pada teori yang terdapat pada penelitian Ira Siti Rohmah menyatakan bahwa semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan,

maka semakin tinggi pula ROA yang dihasilkan. Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk atau mempengaruhi, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.⁷⁰

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori yang telah dijabarkan, dan hasil dari penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Ruslan dan kawan-kawan pada tahun 2019 dengan judul “Biaya Promosi, Pangsa Pasar dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017” dengan hasil menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas bank.⁷¹

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya pada tahun 2019 oleh Andi Ruslan dan rekan dengan tema “Biaya Promosi, Pangsa Pasar, dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017,” yang menemukan bahwa biaya promosi mempunyai dampak yang kecil namun menguntungkan terhadap profitabilitas bank. Mengingat hal tersebut di atas, maka dapat dikatakan penelitian ini sesuai dengan teori yang telah dijelaskan.⁷²

⁷⁰ Ira Siti Rohmah Maulida, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri,” *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 21.

⁷¹ Fitri Ana Siregar, “Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017,” *EKSYA* 2, no.1 (Januari, 2020): 94.

⁷² Andi Ruslan, Pahlevi, C., Alam, S., & Nohong, M., “Biaya Promosi, Pangsa Pasar Dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017.” *Simak* 17, no.1 (Mei, 2019): 119.

2. Pengaruh Biaya Tenaga Kerja (X2) Terhadap Profitabilitas(Y)

Diketahui bahwa nilai T_{hitung} sebesar 3,466 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa biaya tenaga kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dengan adanya pengaruh positif dari tenaga kerja terhadap ROA maka terdapat hubungan meningkatnya ROA disebabkan oleh biaya tenaga kerja. Sedangkan arti dari signifikan yaitu menandakan bahwa biaya tenaga kerja memberikan dampak yang kuat terhadap ROA.

Dalam teorinya yang dikemukakan oleh Mulyadi didalam jurnal yang ditulis oleh Winda Agustin mengungkapkan bahwa biaya tenaga kerja adalah suatu sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan sebuah keuntungan, nilai keuntungan yang diharapkan lebih besar dari pengeluaran yang dikorbankan, untuk menghasilkan keuntungan tersebut sehingga kegiatan Perusahaan dapat menghasilkan profitabilitas *margin*.⁷³ Dapat disimpulkan bahwa hubungan biaya tenaga kerja dalam memberikan dampak pada ROA berbanding lurus. Tingginya biaya tenaga kerja dapat meningkatkan kualitas pekerja dalam proses produksi yang nantinya dapat pula meningkatkan ROA yang didapatkan.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang telah dihasilkan oleh Asep Saifullah dengan judul “Pengaruh Biaya

⁷³ Winda Agustin, “Pengaruh Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Rasio Profit Margin pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia,” *STIE PASIM SUKABUMI* 2, No.2 (Agustus, 2021): 89-90.

Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018” hasil dari penelitian tersebut yaitu biaya tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.⁷⁴

3. Pengaruh Biaya Promosi (X1) dan Biaya Tenaga Kerja (X2) Terhadap Profitabilitas (Y)

Diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 16,054$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa pada penelitian ini biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh bersama-sama terhadap profitabilitas, dan pada pengujian R^2 mendapatkan hasil bahwa biaya promosi dan biaya tenaga kerja memiliki pengaruh sebesar 33,8% terhadap tingkat profitabilitas. Temuan pada penelitian ini dapat dianalisis bahwa variabel bebas memiliki dampak yang cukup besar terhadap peningkatan profitabilitas

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ira Siti Rohmah Maulida yang menyatakan bahwa biaya promosi dan biaya tenaga kerja secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas Bank Syariah Mandiri pada periode 2011 sampai 2015.⁷⁵ Penelitian ini selaras dengan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan oleh Asep Saifullah yang menghasilkan bahwa biaya promosi dan biaya tenaga

⁷⁴ Asep Saefullah, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018” (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 98.

⁷⁵ Ira Siti Rohmah Maulida, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri,” *Amwaluna* 3, no.1 (Januari, 2019): 26.

kerja memiliki pengaruh secara simultan terhadap profitabilitas ROA pada bank Syariah Mandiri periode 2016 sampai 2018.⁷⁶



⁷⁶ Asep Saefullah, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 103.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap uji hipotesis dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pengujian secara parsial yang telah dilakukan pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa profitabilitas (ROA) dipengaruhi secara positif dan tidak signifikan oleh biaya promosi. Walaupun pengaruh tersebut mempunyai pengaruh yang kecil atau lemah, namun dapat dikatakan bahwa kenaikan biaya promosi yang dikeluarkan mempunyai pengaruh yang baik terhadap tingkat profitabilitas bank Mega Syariah.

1. Biaya promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini dapat diartikan bahwa biaya promosi berdampak terhadap peningkatan profitabilitas Bank Mega Syariah akan tetapi pengaruh tersebut tidak tergolong kuat.
2. Biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini dapat dilihat sebagai peningkatan biaya tenaga kerja berdampak secara positif terhadap tingkat profitabilitas yang dihasilkan Bank Mega Syariah dan pengaruh tersebut berkontribusi kuat.
3. Biaya tenaga kerja dan biaya promosi mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah yang ditunjukkan dengan Return On Asset.

B. Saran

Dari temuan dan pembahasan yang sudah dijabarkan di atas ada beberapa saran dari peneliti yaitu:

1. Bagi Bank Mega Syariah temuan penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan biaya tenaga kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas yang dihasilkan, maka dari itu diharapkan Bank Mega Syariah kedepannya dapat lebih mengefisiensi biaya operasional khususnya biaya promosi dan tenaga kerja untuk dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.
2. Dari pengujian uji koefisien determinasi (R^2) mendapatkan hasil bahwa biaya promosi dan biaya tenaga kerja memiliki pengaruh sebesar 33,8% terhadap profitabilitas Bank Mega Syariah dan 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain, maka sangat diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tambahan menggunakan variabel lain guna menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Ahmad, Firdaus Dunia. *Akuntansi Biaya edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Almunawwaroh Madinah, Rina Marliana. "Pengaruh CAR, NPF Dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia." *Amwaluna* 2, no.1 (2018). 1-18
- Ana, Fitri Siregar. "Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi Dan Zakat Terhadap Return On Asset Bank Umum Devisa Syariah Periode 2015-2017." *EKSYA* 2, no.1 (2020): 92-100.
- Anang, M Firmansyah. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- Arisandy, Yosy, Robby Satriawan. "Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah." *AL-INTAJ* 4, no.1 (2018): 74-88.
- A, Ruslan, Pahlevi, C., Alam, S., & Nohong, M. "Biaya Promosi, Pangsa Pasar Dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017." *Simak* 17, no.1 (2019): 119-133.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS, 2017.
- Desmita, Yulia, Suarman, Ngadlan. "Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan PT Rianda Ganda Mandiri Di Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa* 2, no.1 (2015): 1-11.
- Fachrudin, Arif, Maria Valeria Roellyanti, Awan. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Firmansyah, Taopik, Eris Darsawati, "Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014", *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi* 5, no.9 (2016): 68-80.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9*. Semarang: Undip, 2018.

<https://www.megasyariah.co.id/>

Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008

Kemenag Republik Indonesia Q.S Asy-Syuro : 20

Maulida Ira Siti Rohmah. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri," *Amwaluna* 3, no.1 (2019): 15-27.

Natasya, Sindi Tarigan, "Pengaruh Bahan Baku, Tenaga Kerja Langsung dan Overhead Pabrik Terhadap Profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021," *JEMMA* 5, no.2 (2022): 159-172.

Nopitasari, Mita. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018." Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2019.

Noor, Suci Annisa. "Analisis Penggunaan Metode Profil Risiko Dan Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Mega Syariah" Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019.

Nurul, Ilmiyah, Novi Nur Lailisna dan Ifa Seftia Rakhma Widiyanti. *Mudahnya Memahami Metode Penelitian : Pengertian Dan Konsep Dasar*. Bojonegoro: CV. Agrapana Media, 2021.

Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Press, 2019.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2016.

Putri, Sofie Primadany. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)." Skripsi, UMSU, 2022

Riyadi, Wulan. "Pengaruh Modal Kerja Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Operasional "Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017." *Maksi* 5, no.2 (2018): 120-129.

Sayuni Ahmad, "pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja terhadap Laba Bersih Bank BRI Syariah Periode Tahun 2010-2018." Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019.

Saefullah Asep. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2016-2018." Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019.

Surya, Aditya Nanda. "Pengaruh CAR dan BOPO Terhadap ROA Pada Bank Syariah Tahun 2011-2018," *Islamic Banking and Finance Journal* 3, no.1 (2019): 15-39.

- Wahyu Dwi Yulihapsari. "Analisis Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Capital Adequacy Ratio (Car), Financing To Deposit Ratio (Fdr), Dan Bopo Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT. Bank Victoria Syariah Periode 2011-2016)." *Multiplier* 1, no.2 (2017): 102-114.
- Winda Agustin. "Pengaruh Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Rasio Profit Margin pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia." *STIE PASIM SUKABUMI* 2, no.2 (2021): 88-107.





MATRIK PENELITIAN

NO	JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE	RUMUSAN MASALAH
	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022	1. Biaya Promosi 2. Biaya Tenaga Kerja 3. Profitabilitas Bank	1. Biaya Promosi: a. Biaya periklanan b. Biaya promosi penjualan c. Biaya penjualan pribadi d. Biaya publisitas 2. Biaya Tenaga Kerja: a. Biaya gaji b. Biaya upah 3. Profitabilitas Bank: return on asset (ROA)	Data sekunder berupa laporan keuangan bank Mega Syariah periode 2017-2022 yang dipublikasikan di <i>website</i> resmi Bank Mega Syariah	Metode kuantitatif dan jenis penelitian korelasi Populasi laporan keuangan bulanan bank Mega Syariah periode 2017-2022	1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022 2. Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022 3. Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Husnul Khuluqi

NIM : E20191189

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/ FEBI

Alamat : Dusun Sariono RT. 011 RW. 003 Desa Sarimulyo, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022”. Adalah benar -benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 12 September 2023



Husnul Khuluqi
NIM. E20191189

TABULASI DATA

No	Tahun	Bulan	Biaya Promosi	Biaya Tenaga Kerja	Return On Asset
			Rp	Rp	%
1	2017	April	Rp.1.696.000.000	Rp.48.961.000.000	0,6%
2		Mei	Rp.2.363.000.000	Rp.61.053.000.000	0,7%
3		Juni	Rp.3.014.000.000	Rp.73.491.000.000	0,8%
4		Juli	Rp.3.856.000.000	Rp.85.857.000.000	0,9%
5		Agustus	Rp.4.810.000.000	Rp.97.665.000.000	1,0%
6		Sebtember	Rp.5.395.000.000	Rp.109.615.000.000	1,1%
7		Oktober	Rp.6.253.000.000	Rp.122.378.000.000	1,2%
8		Nopember	Rp.7.071.000.000	Rp.135.117.000.000	1,3%
9		Desember	Rp.8.019.000.000	Rp.14.2197.000.000	1,4%
10	2018	Januari	Rp.492.000.000	Rp.12.302.000.000	0,0%
11		Februari	Rp.942.000.000	Rp.24.717.000.000	0,1%
12		Maret	Rp.1.546.000.000	Rp.37.226.000.000	0,2%
13		April	Rp.2.192.000.000	Rp.49.847.000.000	0,3%
14		Mei	Rp.3.063.000.000	Rp.62.530.000.000	0,4%
15		Juni	Rp.3.865.000.000	Rp.75.310.000.000	0,5%
16		Juli	Rp.4.699.000.000	Rp.88.174.000.000	0,5%
17		Agustus	Rp.5.585.000.000	Rp.100.768.000.000	0,6%
18		sebtember	Rp.6.518.000.000	Rp.113.349.000.000	0,7%
19		Oktober	Rp.7.389.000.000	Rp.125.902.000.000	0,8%
20		Nopember	Rp.8.326.000.000	Rp.138.168.000.000	0,8%
21		Desember	Rp.9.375.000.000	Rp.14.9921.000.000	0,8%

22	2019	Januari	Rp.993.000.000	Rp.12.495.000.000	0,0%
23		Februari	Rp.1.981.000.000	Rp.24.998.000.000	0,1%
24		Maret	Rp.3.172.000.000	Rp.37.779.000.000	0,2%
25		April	Rp.4.575.000.000	Rp.50.593.000.000	0,2%
26		Mei	Rp.6.075.000.000	Rp.63.373.000.000	0,2%
27		Juni	Rp.8.191.000.000	Rp.76.283.000.000	0,3%
28		Juli	Rp.10.228.000.000	Rp.89.551.000.000	0,4%
29		Agustus	Rp.12.214.000.000	Rp.102.631.000.000	0,5%
30		September	Rp.14.458.000.000	Rp.115.726.000.000	0,5%
31		Oktober	Rp.15.991.000.000	Rp.128.668.000.000	0,6%
32		November	Rp.16.645.000.000	Rp.141.556.000.000	0,7%
33		Desember	Rp.17.472.000.000	Rp.154.551.000.000	0,8%
34	2020	Januari	Rp.1.266.000.000	Rp.13.694.000.000	0,1%
35		Februari	Rp.2.416.000.000	Rp.27.532.000.000	0,2%
36		Maret	Rp.3.609.000.000	Rp.41.474.000.000	0,3%
37		April	Rp.4.733.000.000	Rp.55.234.000.000	0,3%
38		Mei	Rp.5.951.000.000	Rp.68.790.000.000	0,4%
39		Juni	Rp.6.906.000.000	Rp.81.532.000.000	0,4%
40		Juli	Rp.7.796.000.000	Rp.93.994.000.000	0,6%
41		Agustus	Rp.8.678.000.000	Rp.106.426.000.000	0,7%
42		September	Rp.9.547.000.000	Rp.118.847.000.000	0,9%
43		Oktober	Rp.10.456.000.000	Rp.131.276.000.000	0,9%
44		November	Rp.11.417.000.000	Rp.143.761.000.000	0,9%
45		Desember	Rp.12.347.000.000	Rp.154.627.000.000	1,1%
46	2021	Januari	Rp.1.060.000.000	Rp.12.859.000.000	0,2%
47		Februari	Rp.1.936.000.000	Rp.25.935.000.000	0,5%

48		Maret	Rp.2.902.000.000	Rp.39.303.000.000	0,8%
49		April	Rp.4.404.000.000	Rp.53.649.000.000	1,1%
50		Mei	Rp.5.829.000.000	Rp.68.089.000.000	1,3%
51		Juni	Rp.7.256.000.000	Rp.82.649.000.000	1,6%
52		Juli	Rp.8.221.000.000	Rp.97.224.000.000	1,9%
53		Agustus	Rp.9.228.000.000	Rp.111.679.000.000	2,2%
54		September	Rp.10.635.000.000	Rp.126.370.000.000	2,3%
55		Oktober	Rp.11.945.000.000	Rp.141.149.000.000	2,7%
56		November	Rp.13.273.000.000	Rp.156.118.000.000	3,6%
57		Desember	Rp.12.416.000.000	Rp.17.1179.000.000	5,0%
58	2022	Januari	Rp.2.332.000.000	Rp.15.212.000.000	0,3%
59		Februari	Rp.47.85.000.000	Rp.30.362.000.000	0,5%
60		Maret	Rp.7.367.000.000	Rp.45.586.000.000	0,8%
61		April	Rp.10.143.000.000	Rp.61.136.000.000	1,5%
62		Mei	Rp.13.443.000.000	Rp.76.711.000.000	1,2%
63		Juli	Rp.19.117.000.000	Rp.109.790.000.000	1,4%
64		Agustus	Rp.22.690.000.000	Rp.128.144.000.000	1,6%
65		Oktober	Rp.29.136.000.000	Rp.165.191.000.000	2,0%
66		November	Rp.31.457.000.000	Rp.183.942.000.000	0,9%

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	24 Juli 2023	Meminta izin penelitian.
2.	25 Juli 2023	Mengumpulkan data dari laporan keuangan bulanan Bank Mega Syariah
3.	30 Juli 2023	Tabulasi data di Microsoft Excel.
4.	4 Agustus 2023	Olah data menggunakan SPSS
5.	9 Agustus 2023	Melnguraikan hasil analisis dan pembahsan
6.	24 Agustus 2023	Meminta surat selesai penelitian



Peneliti

Husnul Khuluqi

Nomor : B-156.2 /Un.22/7.a/PP.00.9/07/2023
Hal : Permohonan Izin Penelitian

24 Juli 2023

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Ekonomi Islam FEBI UIN KHAS Jember

Jl. Mataram No. 01 Mangli Kaliwates Jember

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Husnul Khuluqi
NIM : E20191189
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Bank Mega Syariah Periode 2017-2022

Mohon diizinkan untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 25 Juli – 25 Agustus dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari:

<https://www.megasyariah.co.id/id/promosi/simpanan/nabung-gratis-umroh-dengan-tabungan-suka-suka-extra>.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.



A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Husnul Khuluqi
NIM : E20191189
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 25 Juli – 25 Agustus 2023 dengan mengambil data dari:

<https://www.megasyariah.co.id/id/promosi/simpanan/nabung-gratis-umroh-dengan-tabungan-suka-suka-extra>.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 11 September 2023

A.n. Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Nikmatul Masrurah

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	24 Juli 2023	Meminta izin penelitian.
2.	25 Juli 2023	Mengumpulkan data dari laporan keuangan bulanan Bank Mega Syariah
3.	30 Juli 2023	Tabulasi data di Microsoft Excel.
4.	4 Agustus 2023	Olah data menggunakan SPSS
5.	9 Agustus 2023	Melnguraikan hasil analisis dan pembahsan
6.	24 Agustus 2023	Meminta surat selesai penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Peneliti



Husnul Khuluqi

OUTPUT UJI SPSS

1. Uji Statistic Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BP	66	492.00	31457.00	7926.6818	6276.39520
BTK	66	12302.00	183942.00	87760.8485	46222.56548
Y	66	29761.00	36112701.00	7895664.6515	6911010.21887
Valid N (listwise)	66				

2. Uji Normalitas

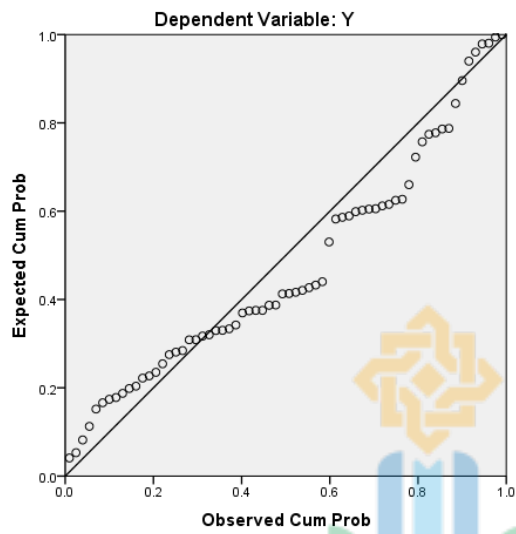
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5624748.66906
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.152
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.232
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



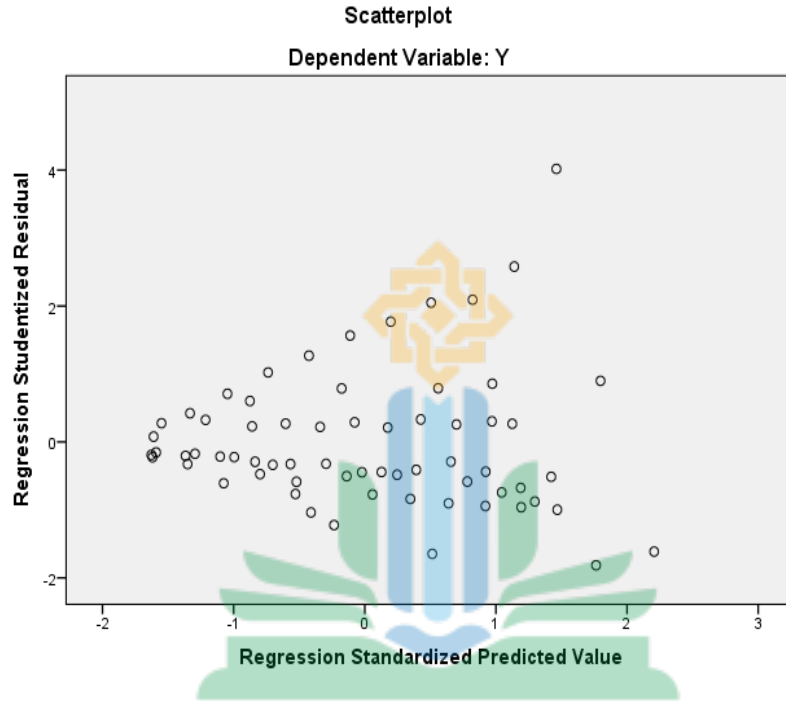
3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	323053.583	1533306.387		.211	.834		
1 BP	37.732	176.125	.034	.214	.831	.411	2.433
BTK	82.879	23.915	.554	3.466	.001	.411	2.433

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Heteroksidasitas



5. Uji Autokorelasi

6.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.581 ^a	.338	.317	5713332.83792	.846

a. Predictors: (Constant), BTK, BP

b. Dependent Variable: Y

r

esi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	323053.583	1533306.387		.211	.834		
1 BP	37.732	176.125	.034	.214	.831	.411	2.433
BTK	82.879	23.915	.554	3.466	.001	.411	2.433

a. Dependent Variable: Y

7. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	323053.583	1533306.387		.211	.834		
1 BP	37.732	176.125	.034	.214	.831	.411	2.433
BTK	82.879	23.915	.554	3.466	.001	.411	2.433

a. Dependent Variable: Y

8. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1048077202589	2	5240386012946	16.054	.000 ^b
Residual	390.000	63	95.400		
1 Total	2056456843358	65	3264217211680		
	708.800		4.902		
	3104534045948				
	099.000				

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), BTK, BP

f

isien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.581 ^a	.338	.317	5713332.83792	.846

a. Predictors: (Constant), BTK, BP

b. Dependent Variable: Y

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI
Nomor : B-016.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/09/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Husnul Khuluqi
NIM : E20191189
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : pengaruh biaya promosi dan biaya tenaga kerja terhadap profitabilitas bank mega syariah

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 13 September 2023

An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Syahrul Mulyadi

SURAT KETERANGAN


Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Husnul Khuluqi
NIM : E20191189
Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.



Jember, 13 September 2023
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.

BIODATA PENULIS



Nama : Husnul Khuluqi
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 20 Desember 2000
Alamat : Dusun Sariono, RT 011/RW 003, Desa Sarimulyo,
Kecamatan Jombang, Kabupaten Jember, Jawa Timur
Agama : Islam
No. Telepon : 085808227202
Email : husnulkhuluqi52@gmail.com
Riwayat Pendidikan
SD/MI : MI Al- Hikmah (2007-2013)
SMP/MTS : MTs Mabdaul Ma'arif (2013-2016)
SMA/MA : MAN 3 Jember (2016-2019)
Perguruan Tinggi : UIN KHAS JEMBER (2019-2023)