

STRATEGI PENINGKATAN PROFITABILITAS PADA PT. BANK KERTA RAHARJA CABANG BANJARAN

*Taufiq Agung¹⁾, Ikhsan Rizqi Nugraha, Iis Farida, Regita Ameylia, Utari Aprilia,
Mohamad Robby Wiragarna, Rika Puspitasari
Program Studi Akuntansi
Institut Manajemen Koperasi Indonesia*

Email:

¹⁾ *toufiq.agung@yahoo.com*

ABSTRACT

This study intended to identify the profitability level of PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Banjaran and also identify the efforts made by PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Banjaran in increasing profitability. The analytical method used is through the measurement of the level of profitability for the last three years using the Return on Assets (ROA) and Return on Equity (ROE) formulas. Based on the results of our research obtained from the field, it shows that the level of profitability using the Return on Assets (ROA) method has decreased every year, can be seen in 2016 of 12.36% while in 2017 amounted to 9.61% while in 2018 experienced a decrease of 0.87% to 8.74%.

Keywords: *Profitability, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar tingkat profitabilitas PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja cabang Banjaran serta upaya yang dilakukan PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja cabang Banjaran dalam meningkatkan profitabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah melalui pengukuran tingkat profitabilitas selama tiga tahun terakhir dengan menggunakan rumus *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*. Berdasarkan hasil penelitian yang kami peroleh dari lapangan menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas dengan menggunakan metode *Return on Assets (ROA)* mengalami penurunan setiap tahunnya, dapat dilihat pada tahun 2016 sebesar 12,36% sementara pada tahun 2017 sebesar 9,61% sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 0,87% menjadi 8,74%.

Kata Kunci: *Profitabilitas, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE)*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Secara umum, bank merupakan lembaga perantara yang menghubungkan antara masyarakat yang mengalami kelebihan dana dan masyarakat yang membutuhkan dana. Pengertian diatas merupakan pengertian umum yang menggambarkan bahwa fungsi bank secara pokok adalah sebagai penghimpun dan menyalur dana.

Bank sebagai Lembaga Keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi dalam meningkatkan profitabilitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bank. Sejak dikeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Republik Indonesia No 7 tahun 1992 tentang Perbankan adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Persaingan usaha antar bank yang semakin ketat telah mendorong munculnya berbagai jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Pihak perbankan harus memberi rangsangan dan kepercayaan dengan balas jasa seperti bunga, hadiah atau balas jasa lainnya sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya. Karena bank memiliki peran penting bagi nasabah dalam menyalurkan produk bank guna memenuhi kebutuhan nasabah.

Suatu perusahaan termasuk bank diharapkan terus berjalan dengan didapatkannya laba pada setiap akhir aktivitasnya. Salah satu aspek yang mendukung dalam perolehan laba adalah strategi pada setiap perusahaan, baik dalam pengelolaan sumber daya, penekanan biaya, hingga penyaluran barang ke konsumen dengan cara promosi dan lain sebagainya.

Salah satu upaya yang dilakukan pihak perbankan adalah dengan membenahi/menyempurnakan fitur-fitur produk yang dimilikinya. Disamping itu, meningkatnya suku bunga tabungan dan pinjaman merupakan solusi terakhir agar masyarakat tidak berlomba-lomba mnenarik dananya. Penciptaan produk-produk perbankan dengan kelengkapan fitur yang semakin canggih menjadi menu wajib yang ditawarkan kepada nasabah sehingga menjadi "pematik" tersendiri bagi nasabah atau calon nasabahnya.

Selain itu, produk-produk baru juga diciptakan dengan berbagai fitur sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Semua usaha ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan pasar sehingga secara tidak langsung pihak perbankan dapat meraih pangsa pasar yang lebih luas. Perbankan adalah merupakan suatu sarana yang mampu memfasilitasi semua transaksi bisnis, baik itu yang dilakukan secara finansial maupun non finansial. Semakin berkembangnya "bisnis" seseorang maka semakin besar kebutuhan dan keterkaitannya dengan dunia perbankan, dengan begitu otomatis PT. BPR KertsRaharja ini memiliki peluang yang besar untuk mendapat laba dan meningkatkan profitabilitas di setiap tahunnya.

Beberapa bank optimistis profitabilitas membaik, hal ini ditujukan salah satunya dengan indicator *Return on Assets* (ROA). Strategi untuk menaikkan *Return On Assets* (ROA) adalah dengan cara menurunkan biaya dana dan meningkatkan realisasi kredit yang berkualitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba selama periode tertentu. Ada berbagai ukuran dari profitabilitas yaitu: a) *Return on Equity* (ROE) yang merupakan rasio atau perbandingan antara *Earning after Taxes* (EAT)

dengan *Equity* b) *Return on Assets* (ROA) yang merupakan perbandingan antara *Earning After Taxes* (EAT) dengan Total Asset.

Profitabilitas merupakan hal utama setiap perusahaan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Riyanto (2010: 37) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi perolehan keuntungan perusahaan. Akan tetapi, bagi perusahaan pada umumnya masalah profitabilitas adalah lebih penting daripada masalah laba, karena laba yang besar saja belumlah merupakan ukuran bahwa perusahaan tersebut telah dapat bekerja dengan efisien. Efisiensi baru dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut atau dengan kata lain menghitung rentabilitasnya.”

Tabel 1
Perkembangan Pendapatan, Biaya, dan Laba Rugi PT.BPR Kertaraharja Periode Tahun 2016 sampai dengan 2018

Tahun	Komponen					
	Pendapatan (Rp)	%	Biaya (Rp)	%	Laba/Rugi (Rp)	%
2016	24.838.768.160	-	18.579.901.269	-	6.258.866.891	-
2017	22.183.296.993	11,97	16.784.933.822	10,69	5.398.363.171	13,75
2018	26.493.320.971	16,27	21.478.528.013	21,85	5.014.792.958	7,65

Sumber: Laporan keuangan PT.BPR KERTARAHARJA Cabang Banjaran

Pada tabel 1 di atas, digambarkan bahwa sisi pendapatan mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 11,97% dan mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 16,27%. sedangkan biaya PT BPR Kerta Raharja pada tahun 2017 sebesar Rp.16.784.933.822, meningkat pada tahun 2018 sebesar Rp.21.478.528.013. Namun pada sisi laba mengalami penurunan di tahun 2017 sebesar 13,75% dan pada tahun 2018 sebesar 7,65%.

Dilihat dari latar belakang diatas serta permasalahan yang berkaitan dengan keadaan PT.BPR Kerta Raharja mengalami penurunan pada tahun 2017 di akibatkan karena kesalahan menganalisis keadaan perekonomian, dan target pasar yang dirasa sudah jenuh,sehingga menimbulkan penurunan profitabilitas.

Penelitian Sebelumnya

1. Penelitian ilmiah karya Yudhi Oktavianus yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Perbankan” yang diambil dari kasus Bank Nagari Cabang Pekanbaru. Hasil kesimpulan penelitian ini, bahwa strategi pemasaran Bank Nagari berada pada koordinat (1,452 ; 3,215). Hasil ini menunjukkan posisi strategi pemasaran Bank Nagari berada dalam kuadran I dimana faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan dan faktor peluang lebih besar dari pada faktor ancaman, sehingga strategi pemasaran menunjukkan strategi Progresif, artinya perusahaan dalam kondisi prima, sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal serta faktor kekuatan yang sangat mempengaruhi dalam penentuan strategi

- pemasaran Bank Nagari Cabang Pekanbaru ini dapat dilihat sebagai berikut: Lokasi yang strategis, Suku Bunga bersaing dan Pelayanan prima dari karyawan.
2. Penelitian ilmiah karya Gigih Pratomo yang berjudul “Analisis Strategi Persaingan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dalam Pasar Kredit Mikro Dan Kecil” yang dilakukan pada Eks-Karesidenan Besuki Tahun 2011. Hasil kesimpulan penelitian ini bahwa BPR di wilayah Eks-Karesidenan Besuki menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga keuangan utama yang berkompetisi dengan Bank Umum dalam pasar kredit mikro dan kecil. Mayoritas masyarakat merespon positif keberadaan BPR sebagai salah satu aktor dalam sektor keuangan terutama dalam transaksi kredit yang menjadikan pasar kredit semakin kompetitif dan kondusif untuk menunjang sektor keuangan di wilayah perkotaan dan pedesaan. BPR yang semula hanya menjadi alternatif dari Bank Umum dan dipandang “sebelah mata” oleh masyarakat menjadi salah satu sumber utama permodalan bagi pelaku usaha di Eks-karesidenan Besuki. BPR mempunyai strategi dominan dalam aspek kelembagaan dan pemasaran untuk meningkatkan animo pelaku usaha dalam mengakses kredit mikro dan kecil. Dalam strategi kelembagaan, BPR menekankan pada pengelolaan jaringan dari kolega dan mitra kerja dari pihak manajemen dan staf untuk meningkatkan kegiatan pemasaran kreditnya.

RUMUSAN MASALAH

1. Berapa besar tingkat profitabilitas PT. Bank Pengkreditan rakyat Kerta Raharja
2. Bagaimana upaya yang dilakukan PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja untuk meningkatkan profitabilitas

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui berapa besar tingkat profitabilitas PT. Bank Pengkreditan rakyat Kerta Raharja
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja untuk meningkatkan profitabilitas

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Bank

Secara umum, bank merupakan lembaga perantara yang menghubungkan antara masyarakat yang mengalami kelebihan dana dan masyarakat yang membutuhkan dana. Pengertian diatas merupakan pengertian umum yang menggambarkan bahwa fungsi bank secara pokok adalah sebagai penghimpun dan menyalur dana.

Sedangkan pengertian bank menurut Undang-undang Republik Indonesia No 10 tahun 1998 tentang perubahan undang-undang republic Indonesia no 7 tahun 1992 tentang perbankan pasal 1 butir 2 adala “ Bank adalah bdan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan /atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dengan memperhatikan definisi diatas , pada prinsipnya keberdaan suatu bank adalah berusaha memberikan pelayanan pada semua pihak dalam bidang jasa

pengolahan dan lalu lintas pembayaran, peredaran uang dan sebagainya, guna meningkatkan taraf hidup rakyat.

Adapun jenis bank di Indonesia menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Republik Indonesia No 7 Tahun 1992 tentang perbankan pasal 5 ayat 1 dan ayat 2, dibagi menjadi 2 macam yaitu:

Ayat 1:

1. Bank Umum

“Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan /atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran”.

2. Bank Pengkreditan Rakyat

“Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayarannya”.

Ayat 2:

Bank umum dapat mengkhususkan diri untuk melaksanakan kegiatan tertentu atau memberikan perhatian yang besar kepada kegiatan tersebut.

Kegiatan bank pengkreditan rakyat

Kegiatan-kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh bank pengkreditan rakyat secara lengkap adalah :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito, berjangka, tabungan dan /atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu,
2. Memberikan menyediakan pembiayaan dan penempatan berdasarkan prinsip syariah sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank Indonesia,
3. Menetapkan dananya dalam bentuk sertifikat bank Indonesia (SBI), deposito berjangka dan /atau tabungan pada bank lain.

Disamping kegiatan- kegiatan yang dapat dilaksanakan oleh bank pengkreditan rakyat diatas, terdapat juga kegiatan-kegiatan yang merupakan larangan bagi Bank Pengkreditan Rakyat sebagai berikut:

1. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
2. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
3. Melakukan penyertaan modal.
4. Melakukan perasuaransian.
5. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana yang dimaksud diatas.

Pengertian Strategi

Strategi diawali dengan konsep bagaimana mempergunakan sumber-sumber perusahaan secara efektif didalam kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. Swasta dan Irawan (1999: 67) mendefinisikan strategi adalah “suatu rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.” Beberapa perusahaan mungkin

mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut berbeda-beda.

Menurut Bamfor Charles E. (2010: 15) Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan strategi dibuat berdasarkan tujuan yang ingin dicapai.

Pengertian Profitabilitas

Menurut Raharjaputra (2009: 195) profitabilitas ialah suatu ukuran perusahaan untuk mendapatkan peraturan/ Laba yang terdapat hubungan dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Profitabilitas merupakan masalah yang sangat penting bagi perusahaan dan dan profitabilitas juga digunakan sebagai acuan berhasil atau tidak suatu perusahaan yang dipimpin oleh pemimpin perusahaan juga bagi karyawan perusahaan apabila profitabilitas yang didapatkan perusahaan semakin tinggi maka terdapat peluang untuk melakukan peningkatan gaji karyawan. Mengatur tingkat profitabilitas menggunakan alat ukur, yaitu: *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Profitabilitas diukur menggunakan *Return on assets* (ROA).

Menurut Kasmir (2010:261) Profitability, artinya kredit yang dibiayai oleh bank akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, baik bank ataupun nasabah. Jika tidak sebaiknya jangan diberikan. Keuntungan bagi bank tentunya adalah berupa balas jasa yang diberikan nasabah dari bunga atau bagi hasil. Sebaiknya bagi nasabah adalah berkembangnya usaha yang dibiayai yang ujung ujungnya juga adalah keuntungan dan adanya tambahan modal baginya.

Menurut Kasmir (2012:201) Pengertian *Return On Asssets* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selian itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan

Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2010:115) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Jenis jenis profitabilitas sebagai berikut :

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

2. *Return on Invesment* (ROI)

Return on Invesment (ROI) atau hasil pengembalian investasi merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*Return*) atas jumlah aktiva yang

digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya.

3. *Return on Equity* (ROE)

ROE atau hasil pengembalian equitas atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya.

4. Laba Per Lembar Saham

Rasio laba per lembar saham (*Earning per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian yang tinggi.

5. Rasio Pertumbuhan

Rasio pertumbuhan (*Growht Ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Dalam rasio yang dianalisis adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba bersih, pertumbuhan pendapatan per saham, dan pertumbuhan deviden persaham.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengkaji prespektif partisipan dengan strategi strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian, penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrument kunci (Sugiono,2005).

Penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik triangulasi data menurut Mantja (2007:84) triangulasi data dapat juga digunakan untuk memantapkan konsistensi metode silang seperti pengamatan dan wawancara atau penggunaan metode yang sama, seperti wawancara dengan beberapa informan. Kreditibilitas analisis lapangan dapat juga di perbaiki melalui triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data.

Triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Triangulasi adalah suatu peningkatan analisa data yang mensintesa data dari berbagai sumber. Menurut Bachri (2010:55) dengan cara menguji informasi dengan mengumpulkan data melalui metode berbeda oleh kelompok berbeda dan dalam populasi berbeda, penemuan memperlihatkan bukti penetapan lintas data, mengurangi dampaknya dari penyimpangan potensial yang bisa terjadi dalam satu penelitian tunggal.

Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan dalam bentuk dokumen data empiris lapangan.

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, , menaksir dan meramalkan hasilnya. Penelitian ini untuk menguji pengaruh Variabel X (strategi meningkatkan profitabilitas).

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas matakuliah sistem pengendalian manajemen kami selaku penulis mengambil objek penelitian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja. Pengumpulan data dalam penelitian di PT. Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja menggunakan 3 cara berikut merupakan uraian yang digunakan:

1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati Langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat Penelitian itu dilakukan. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab Langsung.

3. Dokumentasi

Suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber Dokumen yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik. Digunakan Sebagai mendukung kelengkapan data yang lain

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah paradigm yang bertujuan untuk memperoleh informasi tanpa ada maksud dan tujuan untuk membuat kesimpulan tertentu (Sekaran, 2013:352)

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui pengukuran tingkat profitabilitas PT. BPR Kerta Raharja selama tiga tahun terakhir dengan menggunakan rumus ROA, ROE sebagai berikut:

Rumus *Return on Assets*:

$$ROA = \frac{\text{Earning after Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Sumber : Kasmir (2012:201)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Laba) secara keseluruhan. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktifitas *assets* dalam meperoleh keuntungan bersih. Hal ini selajutnya akan meningkatkan daya Tarik perusahaan kepada investor.

Rumus *Return on Equity*:

$$ROE = \frac{\text{Earning after Tax}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Rasio ini menghubungkan laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah modal sendiri yang dimiliki.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini tentang Strategi Peningkatan Prifitabillitas pada PT. BPR Kerta Raharja Cabang Banjaran. Profitabilitas PT. BPR digambarkan dengan tabel dan grafik dibawah ini:

Perhitungan tingkat profitabilitas dengan menggunakan metode ROE :

$$ROE_{2016} = \frac{Rp. 6.258.866.890,92}{Rp. 6.258.866.890,92} \times 100\% = 100\%$$

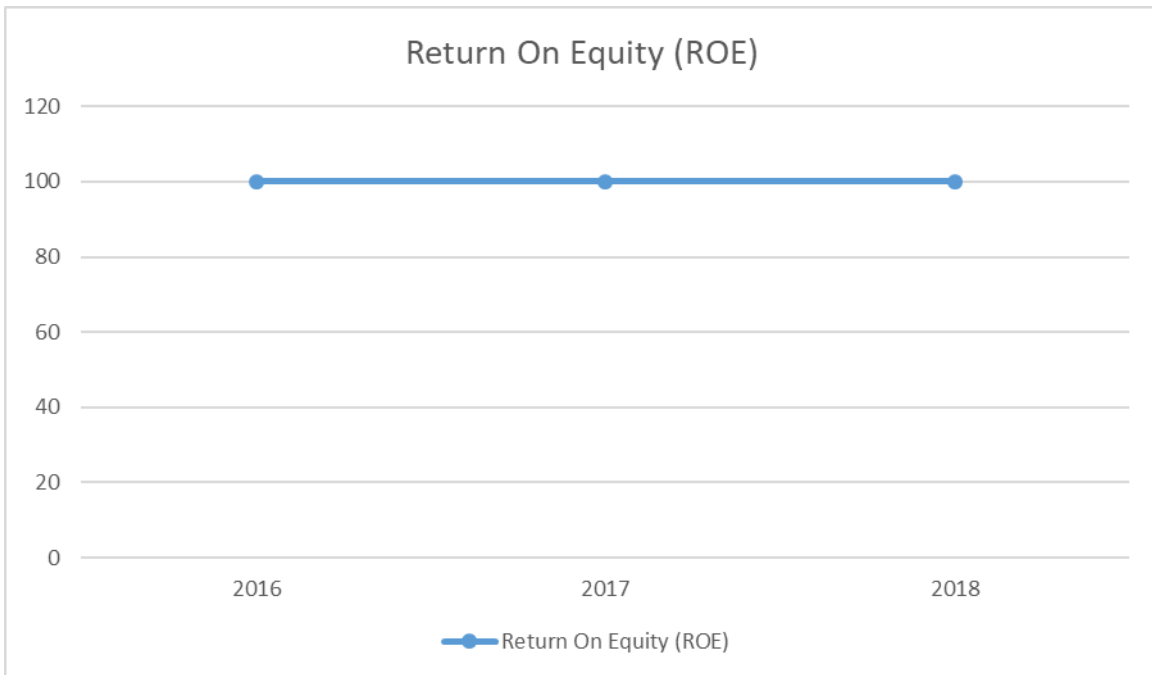
$$ROE_{2017} = \frac{Rp. 5.398.363.170,92}{Rp. 5.398.363.170,92} \times 100\% = 100\%$$

$$ROE_{2018} = \frac{Rp. 5.014.792.958,24}{Rp. 5.014.792.958,24} \times 100\% = 100\%$$

Tabel 2
Tabel Tingkat Profitabilitas metode ROE
PT. BPR Kertaraharja Cabang Banjaran Tahun 2016-2018

Tahun	Presentase ROE
2016	100%
2017	100%
2018	100%

Sumber:Laporan keuangan PT.BPR KERTARAHARJA Cabang Banjaran



Gambar 1
Grafik Tingkat Profitabilitas (ROE) PT. BPR Kertaraharja
Tahun 2016-2018

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan tingkat profitabilitas pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Cabang Banjaran dengan menggunakan metode ROE pada tahun 2016 menunjukkan 100%, yang diperoleh dari Laba setela pajak pada Neraca PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Cabang Banjaran sebesar

Rp. 6.258.866.890,92 dibagi dengan total Ekuitas sebesar Rp.6.258.866.890,92 lalu dikalikan 100% sehingga memperoleh hasil tersebut. Selanjutnya pada tahun 2017 memperoleh Laba setelah pajak sebesar Rp. 5.398.363.170,92 dibagi total Ekuitas sebesar Rp.5.398.363.170,92 yang dikalikan 100% sehingga menghasilkan presentase yang sama. Lalu pada tahun 2018 memperoleh Laba setelah Pajak sebesar Rp.5.014.792.958,24 dibagi total Ekuitas sebesar Rp.5.014.792.958,24 diakalikan 100% yang menghasilkan total persentase yang sama seperti tahun-tahun sebelumnya.

Dalam grafik diatas dapat disimpulkan dengan jelas bahwa tingkat profitabilitas PT. BPR Kertaraharja cabang Banjara dengan menggunakan metode Return On Equity (ROE) pada tiga tahun terakhir tidak ada peningkatan ataupun penurunan sehingga dapat dikatakan stabil, tetapi jika dilihat dari nilai modalnya mengalami penurunan pada 3 tahun terakhir.

Perhitungan tingkat profitabilitas menggunakan metode ROA:

$$ROA_{2016} = \frac{Rp.6.258.866.890,92}{Rp.50.636.594.488,41} \times 100\% = 12,36\%$$

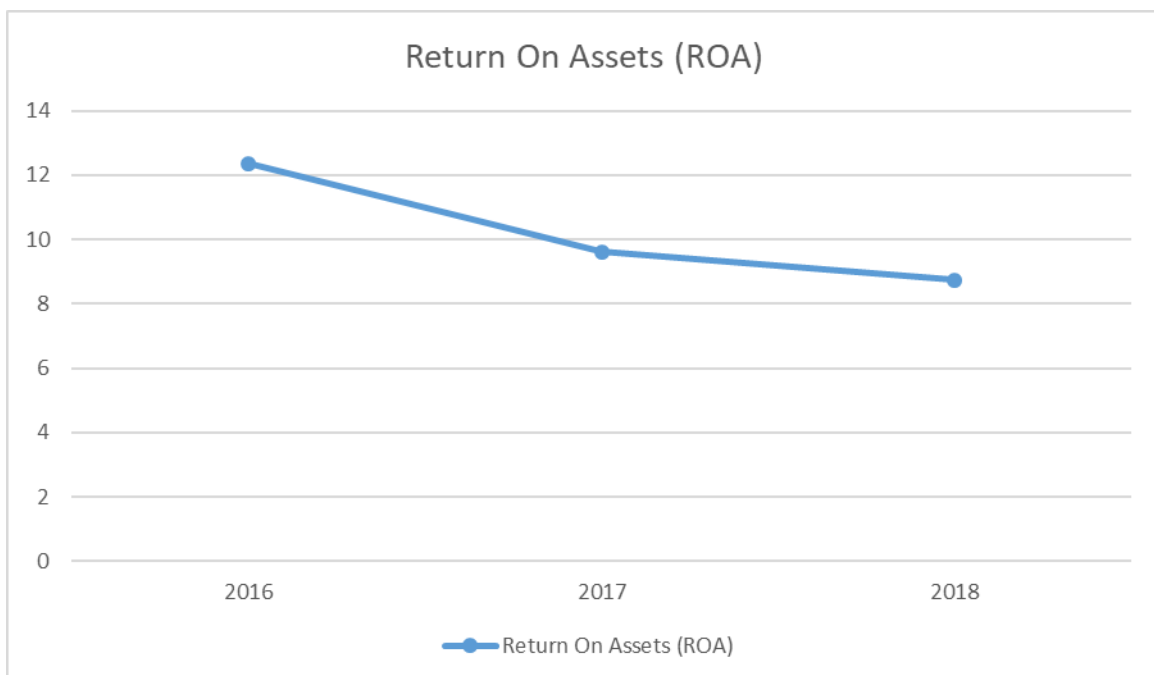
$$ROA_{2017} = \frac{Rp.5.398.363.170,92}{Rp.56.166.431.611,91} \times 100\% = 9,61\%$$

$$ROA_{2018} = \frac{Rp.5.014.792.958,24}{Rp.57.395.471.868,02} \times 100\% = 8,74\%$$

Tabel 3
Tabel Tingkat Profitabilitas metode ROA PT. BPR Kertaraharja Cabang Banjara
Tahun 2016-2018

Tahun	Presentase ROA
2016	12,36%
2017	9,61%
2018	8,74%

Sumber: Laporan keuangan PT. BPR KERTARAHARJA Cabang Banjara



Gambar 2
Grafik Tingkat Profitabilitas (ROA) PT. BPR Kertaraharja
Tahun 2016-2018

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan tingkat profitabilitas pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Cabang Banjara dengan menggunakan metode ROA pada tahun 2016 memperoleh hasil 12,36%, yang dihitung dari Laba setelah pajak pada Neraca PT. Bank Pengkreditan Rakyat Kerta Raharja Cabang Banjara sebesar Rp.6.258.866.890,92 dibagi dengan total Asset tahun 2016 sebesar Rp.50.636.594.488,41 lalu dikalikan 100% sehingga memperoleh hasil tersebut. Selanjutnya pada tahun 2017 memperoleh Laba setelah pajak sebesar Rp.5.398.363.170,92 dibagi total Asset tahun yang sama sebesar Rp.56.166.431.611,91 yang dikalikan 100% sehingga menghasilkan presentase sebesar 9,61%. Lalu pada tahun 2018 memperoleh Laba setelah Pajak sebesar Rp.5.014.792.958,24 dibagi total Asset tahun 2018 sebesar Rp.57.395.471.868,02 dikalikan 100% sehingga memperoleh 8,74%. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas pada PT. BPR Kertaraharja Cabang Banjara mengalami penurunan pada setiap tahunnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan menunjukkan bahwa penyebab penurunan tingkat profitabilitas pada PT. BPR Kertaraharja Cabang Banjara dengan menggunakan metode ROA disebabkan karena adanya perubahan segmentas pasar. Karena target pasar dari semula Pegawai Negeri Sipil menjadi UMKM, sehingga para pegawai bank memerlukan penyesuaian kembali terhadap target pasar yang baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat lihat bahwa tingkat profitabilitas dari tahun ketahun mengalami penurunan, karena adanya perubahan target pasar dari Pegawai Negeri Sipil menjadi UMKM, sehingga perusahaan masih menyesuaikan dengan target pasar yang baru. Upaya yang dilakukan PT. BPR Kerta Raharja Cabang Banjara dalam meningkatkan profitabilitas dilihat dari kemampuan bagian pemasaran dalam meningkatkan strategi pasar serta mengubah target pasar agar target pasar tidak jenuh dan memaksimalkan perbaikan-perbaikan bagian pemasaran dalam segi pelayanan yang diberikandan sering dilakukannya mutasi pada pegawai dari cabang satu ke cabang lainnya sehingga terjadi perbedaan pemikiran yang menimbulkan penurunan kinerja karyawan pada PT. BPR Kerta Raharja cabang Banjara karena perlunya penyesuaian terhadap lingkungan baru.

Berdasarkan analisis data terhadap Strategi Peningkatan Profitabilitas pada PT. BPR Kerta Raharja Cabang Banjara penulis memberikan saran yang dapat disimpulkan secara garis besar yaitu:

1. PT. BPR Kerta Raharja Cabang pusat perlu mempertimbangkan mengenai mutasi pada karyawan cabang PT. BPR Kerta Raharja. Dengan adanya mutasi yang terus menerus dilakukan pada karyawan akan berdampak buruk terhadap keadaan karyawan itu sendiri karena para karyawan harus menyesuaikan kembali dengan kondisi yang berbeda pada setiap cabang sehingga membuat menimbulkan penurunan kinerja karyawan pada cabang PT. BPR Kerta Raharja.
2. Untuk meningkatkan profitabilitas pada PT. BPR menggunakan metode ROA dan ROE yaitu dengan cara memperluas target pasar tidak hanya terpaku pada UMKM

dan diperluas kepada masyarakat umum lainnya melalui promosi yang mengikuti Era Digital 4.0 dengan membuat kreatif dan aktif dalam sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Arta. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation. [diakses 19/7/2019]
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rtc=j&url=http://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor/article/download/13769/8072&ved=2ahUKEwjy4NKi7LjjAhUF3Y8KHeDNCrwQFjACegQIBRAB&usg=AOvVaw3OM1mj7MggNMQelcE4rN1j>
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation. [diakses 19/7/2019]
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rtc=j&url=http://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor/article/download/13769/8072&ved=2ahUKEwjy4NKi7LjjAhUF3Y8KHeDNCrwQFjACegQIBRAB&usg=AOvVaw3OM1mj7MggNMQelcE4rN1j>
- Kasmir (2010). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Oktavianus, Yudhi. 2014. Strategi Pemasaran Produk Kredit Perbankan (Kasus Bank Nagari Cabang Pekanbaru).
- Raharjaputra Hendra S(2009). Manajemen Keuangan dan Akuntansi “untuk Eksekutif Perusahaan”. Jakarta : Salemba Empat
- Rahmalia Nurhasanah (2014). Pengaruh Return On Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham. Universitas Widyatama. [diakses, 16/7/2019]
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=jnurl=https://repositori.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789>
- Sekaran, Uma & Roger, Bougie. (2013). Riset Methods for Businesses sixth edition. Jakarta: Salemba 4
- Wardani, Sujianita. 2015. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Profit di Badan Kredit Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wicaksono, Ardian Kristy. 2015. Strategi Pemasaran Kredit pada PT. BPR Nguter Surakarta. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Winarno, Lina Nur Hidayati, & Arum Darmawati.(2015). Faktor Faktor yang mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Listed Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Yogyakarta. [diakses, 9/7/2019]
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jurnal.uny.ac.id/index.php/economia/article/download/7957/6920&ved=2ahUKEwidmbjZnZ3jAhXGiHAKHUFnApcQFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw2xt92Svanehzi07tH4_Ri