

Pengaruh Biaya Promosi dan Gaji Karyawan terhadap Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

¹Hana Nurul Azizah, ²Neneng Nurhasanah, ³Azib

^{1,2,3}*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹na.hanna93@gmail.com

Abstrak: Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mendukungnya, diantaranya pengeluaran biaya promosi dan gaji karyawan. Secara teori seharusnya biaya promosi berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan yang dapat meningkatkan laba perusahaan. Namun di BRI Syariah biaya promosi pada tahun 2010 ada dalam kondisi tinggi sebesar Rp. 30.972.000.000, namun pada labanya menunjukkan penurunan sebesar Rp. 10.954.000.000. Demikian halnya dengan perusahaan-perusahaan *go public* di awal tahun 2015, terjadi hasil dan target laba terpenuhi tetapi tidak berbanding lurus dengan kesejahteraan karyawan karena gaji tidak meningkat. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan biaya promosi dan gaji karyawan pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2010-2014, perkembangan saldo laba (rugi) akhir periode pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2010-2014, dan pengaruh biaya promosi dan gaji karyawan terhadap saldo laba (rugi) akhir periode pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2010-2014. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah dengan metode kuantitatif dengan melakukan analisis data melalui pengukuran variabel angka dan melakukan analisis data dengan asumsi klasik, analisa regresi berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat perkembangan rata-rata biaya promosi pada Bank Syariah meningkat dari tahun 2010 sampai dengan 2013, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan. Adapun tingkat perkembangan rata-rata gaji karyawan pada Bank Syariah mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2010 sampai dengan 2014. Serta tingkat perkembangan rata-rata saldo laba (rugi) akhir periode pada Bank Syariah meningkat pada tahun 2010 sampai dengan 2012, sedangkan pada tahun 2013 sampai 2014 penurunan. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya promosi terhadap saldo laba (rugi) akhir periode. Sedangkan antara variabel gaji karyawan terhadap saldo laba (rugi) akhir periode tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Promosi dan Gaji Karyawan terhadap Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode.

Kata Kunci: Biaya Promosi, Gaji Karyawan, Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode

A. Pendahuluan

Laba merupakan selisih antara seluruh pendapatan (*revenue*) dan beban (*expense*) yang terjadi dalam suatu periode akuntansi. Besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya yang dikeluarkan perusahaan dan tingkat penjualan di pasaran. Hal ini yang menjadi tolak ukur peningkatan laba pada perusahaan, yaitu peningkatan laba tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukungnya diantaranya pengeluaran biaya promosi dan biaya gaji karyawan yang diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pembentukan laba perusahaan. Hal tersebut menjadi masalah dalam pembentukan laba bank syariah.

Problematika tingkat biaya promosi harusnya berpengaruh positif terhadap laba perusahaan karena dengan bertambahnya biaya promosi, maka tingkat penjualan produk akan meningkat sehingga bisa menaikkan laba perusahaan. Sedangkan gaji karyawan semakin besar gaji yang dibayarkan kepada pekerja, semakin kecil proporsi laba perusahaan. Namun di BRI Syariah biaya promosi pada tahun 2010 ada dalam kondisi tinggi sebesar Rp. 30.972.000.000, namun pada labanya menunjukkan penurunan sebesar Rp. 10.954.000.000. Demikian halnya dengan perusahaan-perusahaan *go public* di awal tahun 2015, terjadi hasil dan target laba terpenuhi tetapi

tidak berbanding lurus dengan kesejahteraan karyawan karena gaji tidak meningkat.

B. Landasan Teori

Landasan Teori Biaya Promosi

Biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai jenis kegiatan, apapun jenis kegiatannya. Terutama yang paling penting dalam kegiatan pemasaran khususnya promosi. Promosi merupakan upaya menawarkan produk atau jasa dengan tujuan agar menari calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Promosi adalah suatu komunikasi antara penjual dan pembeli untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli.

Jadi biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan, jika semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

Landasan Teori Gaji Karyawan

Gaji merupakan bentuk balas jasa ataupun penghargaan yang diberikan secara teratur kepada seorang pegawai atas jasa dan hasil kerjanya. Gaji sering disebut sebagai upah, namun keduanya terletak perbedaan yang kuat antara ikatan kerja dan jangka waktu penerimaannya. Dimana seseorang yang diberikan gaji itu ikatan kerjanya kuat dan umumnya diberikan setiap akhir bulan, sedangkan upah ikatan kerjanya tidak terlalu kuat dan waktu penerimaannya diberikan setiap hari atau setiap minggu.

Landasan Teori Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode

Labanya merupakan pengukuran untuk menentukan prestasi perusahaan selain itu ada juga yang lebih penting sebagai informasi bagi pembagian laba dan penentuan kebijakan investasi. Laba adalah suatu pos dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai kegunaan dalam konteks. Laba umumnya dipandang sebagai suatu dasar pengambilan keputusan dan unsur prediksi. Laba itu hasil pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dimana penghasilan operasi lebih tinggi. Laba yang dihasilkan juga untuk menunjukkan prestasi perusahaan dalam menentukan kebijakan keputusan untuk memprediksi keuntungan yang didapat pada periode selanjutnya.

C. Hasil Penelitian

Biaya Promosi dan Gaji Karyawan pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

1. Perkembangan Biaya Promosi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

Dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan data biaya promosi Bank Syariah rata-rata meningkat dari tahun 2010 sampai dengan 2013, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan. Pada tahun 2010 sebesar Rp. 22.486.845.375,- sedangkan pada tahun 2011 sebesar 27.202.808.521,- maka rata-rata biaya promosi tahun 2011 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2010 sebesar Rp. 4.715.963.146,-.

Rata-rata biaya promosi Bank Syariah pada tahun 2011 sebesar Rp. 27.202.808.521,- sedangkan pada tahun 2012 sebesar 29.546.819.427,- maka rata-rata biaya promosi tahun 2012 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2011 sebesar Rp. 2.344.010.905,-.

Rata-rata biaya promosi Bank Syariah pada tahun 2012 sebesar Rp.

29.546.819.427,- sedangkan pada tahun 2013 sebesar Rp. 30.584.218.347,-, maka rata-rata biaya promosi tahun 2013 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2012 sebesar Rp. 1.037.398.920,-.

Rata-rata biaya promosi Bank Syariah pada tahun 2013 sebesar Rp. 30.584.218.347,- sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp. 29.829.031.112,-, maka rata-rata biaya promosi tahun 2014 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2013 sebesar Rp. 755.187.235,-.

2. Perkembangan Gaji Karyawan pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

Dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan data gaji karyawan Bank Syariah rata-rata mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2010 sampai dengan 2014. Pada tahun 2010 sebesar Rp. 118.842.911.913,- sedangkan pada tahun 2011 sebesar 178.530.328.132,- maka rata-rata gaji karyawan tahun 2011 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2010 sebesar Rp. 59.687.416.220,-.

Rata-rata gaji karyawan Bank Syariah pada tahun 2011 sebesar Rp. 178.530.328.132,- sedangkan pada tahun 2012 sebesar 192.862.909.185,-, maka rata-rata gaji karyawan tahun 2012 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2011 sebesar Rp. 14.332.581.053,-.

Rata-rata gaji karyawan Bank Syariah pada tahun 2012 sebesar Rp. 192.862.909.185,- sedangkan pada tahun 2013 sebesar Rp. 247.457.836.234,-, maka rata-rata gaji karyawan tahun 2013 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2012 sebesar Rp. 54.594.927.049,-.

Rata-rata gaji karyawan Bank Syariah pada tahun 2013 sebesar Rp. 247.457.836.234,- sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp. 377.796.284.623,-, maka rata-rata gaji karyawan tahun 2014 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2013 sebesar Rp. 130.338.448.389,-.

Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

Dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan data saldo laba (rugi) akhir periode Bank Syariah rata-rata meningkat pada tahun 2010 sampai dengan 2012, sedangkan pada tahun 2013 sampai 2014 terjadi penurunan.. Pada tahun 2010 sebesar Rp. 81.356.204.435,- sedangkan pada tahun 2011 sebesar Rp. 118.936.726.552,- maka rata-rata saldo laba (rugi) akhir periode tahun 2011 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2010 sebesar Rp. 37.580.522.117,-.

Rata-rata saldo laba (rugi) akhir periode Bank Syariah pada tahun 2011 sebesar Rp. 118.936.726.552,- sedangkan pada tahun 2012 sebesar Rp. 181.255.207.675,- maka rata-rata saldo laba (rugi) akhir tahun 2012 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2011 sebesar Rp. 62.318.481.123,-.

Rata-rata saldo laba (rugi) akhir periode Bank Syariah pada tahun 2012 sebesar Rp. 181.255.207.675,- sedangkan pada tahun 2013 sebesar Rp. 180.806.443.432,-, maka rata-rata saldo laba (rugi) akhir tahun 2013 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2012 sebesar Rp. 448.764.243,-.

Rata-rata saldo laba (rugi) akhir Bank Syariah pada tahun 2013 sebesar Rp. 180.806.443.432,- sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp. 131.066.502.568, maka rata-rata saldo laba (rugi) akhir tahun 2014 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2013 sebesar Rp. 49.739.940.864,-.

Pengaruh Biaya Promosi dan Gaji Karyawan terhadap Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2014

Hasil penelitian pengaruh biaya promosi dan gaji karyawan terhadap saldo laba (rugi) akhir periode bank syariah, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Uji F Hitung Variabel Biaya Promosi Dan Gaji Karyawan Terhadap Variabel Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144175750811718 6000000000,000	2	720878754058593 000000000,000	68,183	,000 ^b
	Residual	391188542358719 760000000,000	37	105726633069924 26000000,000		
	Total	183294605047590 5600000000,000	39			
a. Dependent Variable: Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode						
b. Predictors: (Constant), Gaji Karyawan, Biaya Promosi						

Dari hasil tersebut dapat dilihat dari tabel output di atas ternyata F hitung adalah 68,183, sedangkan F tabel untuk taraf nyata sebesar 5% adalah:

$$df_1 = k - 1 \rightarrow df_1 = 3 - 1 = 2$$

$$df_2 = n - k \rightarrow df_2 = 40 - 3 = 37$$

maka diperoleh $t_{(0,05, 37)} = 3,25$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel ($68,183 > 3,25$) sehingga disimpulkan bahwa variabel biaya promosi dan gaji karyawan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat perkembangan rata-rata biaya promosi pada Bank Syariah meningkat dari tahun 2010 sampai dengan 2013, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan. Biaya promosi bank syariah yang tertinggi yaitu Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 87.448.643.203,- dan biaya promosi bank syariah yang terendah yaitu Bank BCA Syariah sebesar Rp. 876.112.643,-. Adapun tingkat perkembangan rata-rata gaji karyawan pada bank syariah mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2010 sampai dengan 2014. Gaji karyawan bank syariah yang tertinggi yaitu Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 1.022.579.853.891,- dan gaji karyawan bank syariah yang terendah yaitu Bank Panin Syariah sebesar Rp. 25.407.960.200,-.
2. Tingkat perkembangan rata-rata saldo laba (rugi) akhir periode pada Bank Syariah meningkat pada tahun 2010 sampai dengan 2012, sedangkan pada tahun 2013 sampai 2014 terjadi penurunan. Saldo laba (rugi) akhir periode bank syariah yang tertinggi yaitu Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 499.659.847.368,- dan saldo laba (rugi) akhir periode bank syariah yang terendah yaitu Bank BCA Syariah sebesar Rp. 9.250.809.890,-.
3. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya promosi terhadap saldo laba (rugi) akhir periode. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan, maka semakin tinggi laba yang akan diperoleh begitu juga sebaliknya. Sedangkan antara variabel gaji karyawan terhadap saldo laba (rugi) akhir periode tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini karena, gaji

karyawan harus tetap dibayarkan oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan meskipun laba yang diperoleh tidak tetap sekalipun tinggi atau rendah. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Promosi dan Gaji Karyawan terhadap Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan $\text{sig} = 0,000$ dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) maka H_a diterima dan membandingkan $F \text{ hitung} = 68,183 > F \text{ tabel} = 3,25$ dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 37$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_a diterima. Variabel Saldo Laba (Rugi) Akhir Periode dapat dijelaskan oleh Biaya Promosi dan Gaji Karyawan sebesar 78,7% dan sisanya 21,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

Sumber Buku

- Achmad S Ruky, Sistem Manajemen Kinerja. Panduan Praktis Untuk Merancang dan Meraih Kinerja Prima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001
- Ahmad Ifham Sholihin, Buku Pintar Ekonomi Syariah, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.
- Ahmad Jamali, Dasar-dasar Riset Pemasaran, MW Mandala, Yogyakarta, 1992.
- Anis Chairi dan Imam Ghozali, Teori Akuntansi. Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro, Semarang, 2007.
- B. Siswanto Sastrohadiwiryono, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Ancangan dalam Pendayagunaan dan Pengembangan Unsur Tenaga Kerja, Edisi Kedua: PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2003.
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung, 2004.
- Daryanto, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung, 2011.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2010.
- Eddy Soeryanto Soegoto, Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta, 2010.
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi –Offset, Yogyakarta, 1997.
- Freddy Rangkuti, Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisa Kasus Integrated Marketing Communication, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.
- Gugup Kismono, Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, BPPE, Yogyakarta, 2001.
- Hadi Poerwono, Tata Personalia, Cetakan Kelima, Djembatan, Jakarta, 1982.
- Hansen & Mowen. Manajemen Bisnis, Edisi Bahasa Indonesia, Buku Dua, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Harnanto dan Zulkifli, Manajemen Biaya, (UPP) AMP YKPN, Yogyakarta, 2003.
- Henry Simamora, Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis Jilid 2, Salemba 4, Jakarta, 2002.
- Hermawan Kartajaya, Marketing in Venus, PT Gramedia Pustaka, Jakarta, 2005.
- Jogiyanto, Pengantar Pengetahuan Pasar Modal, Edisi Pertama, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2000.
- Komarudin, Ensiklopedia Manajemen, Edisi Kedua, Bumi Aksara, Jakarta, 1995.
- Kuswadi, Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi

- Biaya, PT. Elex Computindo, Jakarta, 2005.
- M. Fuad (dkk), Pengantar Bisnis, Cetakan Kelima, PT Gramedia Pustaka, Jakarta, 2006.
- M. Nafarin, Penganggaran Perusahaan, Salemba Empat, Jakarta, 2004.
- Malayu Hasibuan, Manajemen Dasar: Pengertian dan Masalah, PT. Toko Gunung Agung, Jakarta, 2003.
- Marihot Tua Efendi Hariandja, Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian, dan Peningkatan Produktivitas Pegawai, Grasindo, Jakarta, 2002.
- Masyhuri, Metodologi Penelitian, Refika Aditama, Bandung, 2011.
- Mochamad Nazir, Metode Penelitian, Cetakan Keempat, Sinar Harapan, Jakarta, 1999.
- Mulyadi, Sistem Akuntansi, Edisi Tiga, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Prawironegoro Darsono, Akuntansi Manajemen, Diadit Media, Jakarta, 2005.
- Philip Kotler, Marketing Management, The Millenium Edition: Prentice Hall International Inc, New Jersey, 2000.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Indeks, Jakarta, 2004.
- R.A. Supriyono, Akuntansi Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit BPTE, Yogyakarta, 2001.
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintah, PSAP 12. Lampiran 1.13, Sekretariat Negara, Jakarta, 2010.
- Saladin Djaslim, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian), Edisi Ketiga, CV. Linda Karya, Bandung, 2004.
- Sistaningrum Widyaningtyas, Manajemen Penjualan Produk, PT. Tristo, Yogyakarta, 2002.
- Siswanto Sutojo, Analisa Kredit Bank Umum, Edisi Kedua, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1997.
- Soemarso S.R., Akuntansi Suatu Pengantar, Salemba Empat, Jakarta, 2004.
- Sofyan Harahap, Sistem Pengawasan Manajemen, Penerbit Quantum, Jakarta, 2001.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, 2008.
- Suryana, Kewirausahaan, Salemba Empat, Jakarta, 2003.
- T. Gilarso, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Edisi Revisi, Kanisius, Yogyakarta, 2003.

Sumber Internet

- Bayarkan Upah Sebelum Keringat Kering. (online), (<https://rumaysho.com/3139-bayarkan-upah-sebelum-keringat-kering.html>, 20 Desember 2015)
- <http://nanangbudianas.blogspot.co.id/2013/02/pengertian-promosi-dan-tujuan-promosi.html>
- <http://www.muamalat-institute.com/kegiatan-berita/artikel-syariah/item/207-rasio-biaya-operasional-terhadap-pendapatan-perbankan-syariah-dinilai-wajar/207-rasio-biaya-operasional-terhadap-pendapatan-perbankan-syariah-dinilai-wajar.html>
- Promosi yang dilarang, <http://cecilslow.blogspot.co.id/2013/12/hadis-tentang-larangan-menipu-dalam.html>
- http://www.kompasiana.com/jayuputrapratama/paradoks-laba-perusahaan-kesejahteraan-buruh-dan-pendapatan-pajak-pemerintah-sebuah-refleksi-hari-buruh_55485d99547b615b0e25248c.