

**PENGARUH PENDAPATAN VALUTA ASING DAN BIAYA PROMOSI  
TERHADAP LABA DI PT. BANK MUAMALAT PERIODE 2015-2019**

***THE EFFECT OF FOREIGN EXCHANGE INCOME AND PROMOTION COSTS  
ON PROFIT IN PT. BANK MUAMALAT PERIOD 2015-2019***

**Dede Yusuf Hidayat<sup>1</sup>, Nunung Nurhasah<sup>2</sup>, Didit Supriyadi<sup>3</sup>**

Universitas Singaperbangsa Karawang<sup>1,2,3</sup>

[1910632020009@student.unsika.ac.id](mailto:1910632020009@student.unsika.ac.id)<sup>1</sup>

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menguji Pengaruh Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi Terhadap Laba PT. Bank Muamalat. Data sekunder merupakan sumber data dalam penelitian ini, data sekunder ini diperoleh dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Dalam metode penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda menggunakan olah data berbentuk *software* SPSS. Dari analisis uji ini menyatakan 1) Ada Pengaruh positif signifikan Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi. Dalam uji regresi linear berganda didapat nilai F hitung sebesar 8,339, lebih tinggi dari F tabel 3,49, tingkat signifikansi  $0,003 < 0,005$  artinya adanya pengaruh positif signifikan secara simultan. Secara pribadi variabel Pendapatan Valuta Asing memberikan nilai koefisien sebesar 3,516 dengan sigma 0,003 yang artinya berpengaruh positif signifikan dan Biaya Promosi sebesar 2,309 dengan sigma 0,034 dengan artian berpengaruh positif signifikan.

**Kata Kunci** : Pendapatan Valuta Asing; Biaya Promosi; Laba

**ABSTRACT**

*In this study aims to examine the effect of foreign exchange earnings and promotional costs on profits of PT. Bank Muamalat. The data source in this study is secondary data in the form of published financial reports. The analysis of this method uses multiple regression with SPSS data processing techniques. From the analysis test states 1) There is a significant positive effect of Foreign Exchange Income and Promotion Costs. In the multiple linear regression test, the calculated F value is 8.339, higher than F table 3.49, the significance level is  $0.003 < 0.005$ , which means that there is a significant positive effect simultaneously. Personally, the Foreign Exchange Income variable provides a coefficient value of 3.516 with a sigma of 0.003 which means that it has a significant positive effect and Promotion Costs of 2.309 with a sigma of 0.034, which means that it has a significant positive effect.*

**Keywords** : Foreign Exchange Earnings; Promotion Costs; Profit

## PENDAHULUAN

Untuk mengetahui komponen efisiensi atau tidaknya operasional pada bank sangat dibutuhkan analisis efisiensi biaya (Rahmawati, 2015). Tujuan utama diperoleh oleh bank dengan membandingkan laba tahun sebelum dan sesudahnya dengan laba pada tahun tertentu (Antonio, 2001). Salah satu cara untuk melihat pertumbuhan ekonomi suatu perbankan yaitu dengan melihat laporan keuangan, dimana dalam laporan keuangan ini menjadi sumber informasi yang akurat bagi pihak eksternal untuk mengetahui kinerja dan kondisi suatu perusahaan. Informasi tersebut berupa posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan, dan bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi (Sudarmadji & Sularto 2007).

Suatu perusahaan yang efisien selalu menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Untuk membiayai operasi suatu perusahaan tidak hanya menggunakan laba atau profit yang didapat, akan tetapi juga digunakan untuk ekspansi perusahaan melalui berbagai kegiatan di masa yang akan datang. Kemudian yang harus dicermati dan digaris bawahi, apabila suatu badan usaha terus-menerus memperoleh keuntungan maka ini berarti kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan terjamin. Sebagai suatu sistem yang berorientasi pada profitabilitas, hal ini menjadi faktor pendorong bagi suatu perusahaan untuk mendapatkan *revenue* yang diperoleh dari selisih antara harga pokok produksi dengan nilai jual produk atau jasanya (Hidayat & Suhandi, 2013). Valas atau valuta asing merupakan mata uang Negara lain sebagai alat pembayaran yang sah. Valuta asing dapat ditukarkan dengan valuta lainnya tanpa pembatasan

operasional perbankan yaitu mendapatkan keuntungan atau laba yang maksimal (Arifin, 2012). Kinerja keuangan perbankan itu sendiri dinilai untuk mengetahui seberapa besar laba yang di jika nilai valuta asing tersebut mempunyai nilai tersendiri (MSS FEUI).

Melihat fenomena yang ada bahawasannya konsumen memerlukan promosi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan dibeli. Promosi merupakan salah satu faktor yang membantu keberhasilan suatu perusahaan atau perbankan dalam kegiatan pemasarannya, namun belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk (Dalfa, et.al, 2018).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada laporan keuangan yang di publikasikan Bank Umum Syariah maka dapat menjadi contoh yaitu Bank Muamalat ternyata tingkat Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap laba atau *profit* perusahaan karena dengan bertambahnya biaya promosi merupakan efek positif dari tingginya tingkat penjualan produk, sehingga bisa meningkatkan profitabilitas atau laba pada perusahaan tersebut.

**Tabel 1. Pendapatan Valuta Asing, Biaya Promosi dan Laba**

Tahun/ Triwulan	Valuta Asing	Biaya Promosi	Laba	
2015	I	80,06	23,074	92,122
	II	158,7	56,801	155,084
	III	226,468	78,867	177,932
	IV	391,164	97,084	167,133
2016	I	47,883	12,449	40,319
	II	106,307	25,583	11,702
	III	136,381	31,859	48,893
	IV	143,538	18,126	85,766
2017	I	50,634	10,552	22,705
	II	94,357	343,123	61,828
	III	142,736	49,739	60,463
	IV	183,101	24,089	43,492
2018	I	57,752	22,057	20,690
	II	35,821	362,252	155,834
	III	222,268	63,22	171,377
	IV	252,806	86,817	68,87
2019	I	38,247	28,685	8,889
	II	71,509	54,612	19,063
	III	100,453	84,63	34,279
	IV	123,527	9,621	19,508

Sumber: Laporan Keuangan Publikasi PT. Bank Muamalat

Pada tahun 2015 terlihat bahwa data dari Pendapatan Valuta Asing mengalami kenaikan yang signifikan dari 80,06 hingga 391,164. Biaya Promosi pun mengalami hal demikian, dari 23,074 hingga 97,084. Kenaikan pun dialami oleh laba pada triwulan I sampai III tetapi turun pada triwulan ke IV. Pendapatan Valuta Asing mengalami kenaikan yang signifikan dari 47,883 hingga 143,538 pada tahun 2016. Begitupula dengan Biaya Promosi triwulan I sampai III sebesar 12,449 hingga 31,859, tetapi menurun pada triwulan IV sebesar 18,126. Penurunan terjadi pada laba triwulan II sebesar 11,702, tetapi pada triwulan III dan IV mengalami kenaikan dari 48,893 menjadi 85,766.

Pada triwulan tahun 2017 Pendapatan Valuta Asing mengalami kenaikan secara signifikan dari 50,634, triwulan II 94,357, triwulan III 142,736 kemudian pada triwulan IV 183,101. Biaya Promosi pun mengalami kenaikan pada triwulan I dari 10,552 hingga 343,123 pada triwulan II, tetapi mengalami penurunan hingga akhir triwulan atau triwulan IV. Kenaikan juga terjadi pada Laba dari triwulan I hingga triwulan III, tetapi mengalami penurunan di akhir triwulan. Pada triwulan tahun 2018 Pendapatan Valuta Asing terjadi penurunan pada triwulan II, tetapi naik secara terus menerus pada sisa triwulan. Biaya Promosi naik secara signifikan pada triwulan II sebesar 362,252. Kenaikan juga terjadi pada Laba pada triwulan I hingga III, tetapi menurun kembali pada triwulan IV. Pada tahun 2019 triwulan I Pendapatan Valuta Asing berhasil mencatatkan *trend* naik terus menerus sebesar 38,247 hingga 123,527. Sedangkan Biaya Promosi naik dari triwulan I sampai III, tetapi menurun pada triwulan IV. Begitu pun dengan Laba naik

dari triwulan I sampai III dan menurun pada triwulan IV.

Apabila Pendapatan Valuta Asing naik maka Laba juga ikut naik dan semakin tinggi Biaya Promosi maka Laba pun akan mengalami peningkatan berdasarkan teori. Namun fakta atau realita yang ada pada PT. Bank Muamalat periode 2015-2019 (triwulan) tidak sesuai dengan teori, ada beberapa triwulan yang menunjukkan bahwa Pendapatan Valuta Asing mengalami kenaikan tetapi Laba mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan adanya ketidakselarasan praktik atau fakta dengan teori. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Seberapa besar pengaruh Pendapatan Valuta Asing terhadap Laba. (2) Seberapa besar pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba. (3) Seberapa besar pengaruh secara simultan antara Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi terhadap Laba.

## **METODE PENELITIAN**

Cara ilmiah diartikan sebagai bentuk metode penelitian dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu untuk mendapatkan data yang valid. Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau merupakan metode deskriptif.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena peneliti hanya akan mendeskripsikan data dan sampel tanpa bermaksud untuk melakukan generalisasi. Dalam penelitian ini dilakukan pendekatan analisis kuantitatif untuk menguji hipotesis dengan metode statistik. Metode penelitian ini bertujuan

untuk membuktikan apakah data yang

Data sekunder merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan sumber data dari Laporan Keuangan PT. Bank Muamalat periode 2015-2019 yang disediakan Otoritas Jasa Keuangan ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)) berasal dari laman *website* resmi. Analisis regresi linier berganda merupakan metode dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu *Software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25 dan *Microsoft Excel* versi 2013. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu Laba, sedangkan (X1) atau variabel independen yaitu Pendapatan Valuta Asing dan (X2) Biaya Promosi.

Berikut pernyataan model regresi dalam penelitian ini adalah :

Y = Laba Perusahaan

A = Konstanta

$\beta_1$  = Regresi Pendapatan Valuta Asing

$\beta_2$  = Regresi Biaya Promosi

X1 = Pendapatan Valuta Asing Sebagai Variabel

X2 = Biaya Promosi Sebagai Variabel

E = Yaitu Tingkat Kesalahan Penduga Dalam Penelitian atau Error Term (Sujarweni 2016)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2. Hasil Uji F Pendapatan Valuta Asing Dan Biaya Promosi Terhadap Laba**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33129,240	2	16564,620	8,339	,003 <sup>b</sup>
	Residual	33769,110	17	1986,418		
	Total	66898,349	19			

Sumber: *output spss* (data diolah)

Dapat dilihat tabel diatas bahwa dari hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,339 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,49 dengan tingkat probabilitas ( $\alpha$ ) = 0,05. Hal ini berarti

diteliti tersebut berpengaruh atau tidak.

$F_{hitung} > F_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau positif signifikan. Maka dapat dirumuskan bahwa Pendapatan Valuta Asing (X<sub>1</sub>) dan Biaya Promosi (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif signifikan terhadap Laba. Untuk memudahkan dalam melihat hasil alat uji analisis yang telah peneliti hitung dengan menggunakan alat uji analisis masing-masing yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dengan menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak *SPSS versi 25* dan *Microsoft Excel versi 2013*.

**Tabel 3. Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,430	20,280		,071	,945
	Valuta Asing	,407	,116	,607	3,516	,003
	Biaya Promosi	,239	,103	,399	2,309	,034

Sumber: *output spss* (data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik diatas diperoleh hasil dari uji koefisien dikemukakan bahwa nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 1,430 bernilai positif yang menyatakan bahwa dengan mengasumsikan variabel Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi maka kinerja Laba mengalami peningkatan. Koefisien regresi pada Pendapatan Valuta Asing bernilai positif sebesar 0,607 dengan mengasumsikan ketiadaan variabel independen lainnya, apabila Pendapatan Valuta Asing mengalami peningkatan, maka Laba pun cenderung mengalami peningkatan. Adapun koefisien Biaya Promosi bernilai positif yaitu sebesar 0,399 dengan mengasumsikan ketiadaan variabel independen lainnya, apabila Biaya Promosi mengalami peningkatan, maka Laba perusahaan cenderung mengalami peningkatan

**Tabel 4. Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 <sup>a</sup>	,495	,436	44,569252

Sumber: *output spss* (data diolah)

Pada hitungan tabel di atas dapat dilihat bahwa hubungan antara Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi terhadap Laba adalah sebesar 0,495 atau 49,5% dan sisanya sebesar 50,5% oleh variabel lain atau faktor yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Pendapatan Valuta Asing terhadap Laba**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien regresi Pendapatan Valuta Asing sebesar 0,607 yang berarti terdapat pengaruh positif Pendapatan Valuta Asing terhadap Laba. Uji t yang diperoleh t-hitung = 3,516 dengan nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , yang artinya terdapat hasil positif signifikan Pendapatan Valuta Asing terhadap Laba. Maka dengan demikian hasil penelitian menerima hipotesis pertama yaitu Pendapatan Valuta Asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba.

Valuta asing merupakan suatu mekanisme dimana orang dapat mentransfer daya beli antar negara, memperoleh atau menyediakan kredit untuk transaksi perdagangan internasional, dan meminimalkan kemungkinan resiko kerugian akibat terjadinya fluktuasi kurs suatu mata uang, dikarenakan perbedaan nilai mata uang tiap negara. Pada kegiatan perdagangan internasional, pembeli dan penjual memiliki nominal uang dalam mata uang yang berbeda dan tidak ada kurs tunggal

mata uang dollar melainkan kurs yang berbeda-beda tergantung pada bank mana atau pelaku pasar mana yang bertransaksi. Oleh karena itu, pembeli membutuhkan kepemilikan atas mata uang yang digunakan penjual agar ia bisa melakukan transaksi jual-beli. Dengan kata lain, pembeli harus menukar sejumlah uang ke dalam mata uang penjual, nilai tukar antara mata uang satu dengan yang lainnya tidaklah selalu setara. Hal ini bergantung pada mekanisme pasar perdagangan internasional

Hasil temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan (Hidayati 2014), (Oktaviar 2017) bahwa Valuta Asing atau Kurs mempunyai pengaruh signifikan terhadap profitabilitas atau laba dan berpotensi berpengaruh juga terhadap selisih kurs itu sendiri pada bank syariah di Indonesia. Hal ini menggambarkan apabila mata uang mengalami apresiasi atau depresiasi maka akan berdampak pada profitabilitas bank syariah. Maka, dengan demikian bahwasanya Pendapatan Valuta Asing atau valas mempengaruhi tingkat profitabilitas atau laba suatu perbankan. Semakin tinggi Pendapatan Valuta Asing maka semakin tinggi pula keuntungan atau profitabilitas yang didapat oleh suatu perbankan.

### **Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba**

Hasil dari penelitian diatas menggambarkan bahwa koefisien regresi Biaya Promosi sebesar 0,399 artinya terdapat pengaruh positif signifikan Biaya Promosi terhadap Laba. Uji t yang diperoleh dari Biaya Promosi t-hitung = 2,309 dengan nilai signifikansi 0,034 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , yang artinya terdapat hasil positif signifikan Biaya Promosi terhadap Laba. Maka dengan

demikian hasil penelitian menerima hipotesis pertama yaitu Biaya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba.

Hal ini menyatakan bahwa Biaya Promosi yang dilakukan Bank Muamalat sudah baik atau terarah. Artinya Bank Muamalat sudah bisa menekan atau menggunakan Biaya Promosi secara efektif dan efisien. Jika kegiatan ini terus dilakukan, atau di kembangkan maka perusahaan, dalam hal ini yaitu Bank Muamalat akan terus mengalami peningkatan penjualan pada produk yang di tawarkan, dengan penjualan yang terus meningkat maka akan meningkatkan Profitabilitas itu sendiri (Ramadhania & Fendra 2021).

Hasil penelitian ini sekaligus mendukung teori dan konsep yang dikemukakan Harnanto, *et.al* (2017) biaya adalah segala sesuatu yang harus dikorbankan dengan tujuan akhir yaitu mendatangkan laba. Semakin tinggi Biaya Promosi pada suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga laba atau profitabilitas yang didapat. Kemudian penelitian ini juga memperkuat teori yang dilakukan Maulida (2019); (Yuda, *et.al* 2020) bahwa Biaya Promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan penjualan suatu produk, apabila suatu perusahaan menginginkan keuntungan atau laba yang diperoleh maka Biaya Promosi seharusnya ditingkatkan dan juga harus tepat sasaran promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Begitu pun dengan penelitian Ardin (2018) mengemukakan bahwa Biaya Promosi pada suatu perusahaan sangat mempengaruhi terhadap laba. Maka dengan demikian hasil temuan ini telah memperkuat hasil-hasil temuan penelitian sebelumnya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis terhadap hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Pendapatan Valuta Asing secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Laba (2) Biaya Promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Laba (3) Pendapatan Valuta Asing dan Biaya Promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Laba.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat saran untuk peningkatan laba pada Bank Muamalat ditahun-tahun yang akan datang yaitu: (1)Bank Muamalat diharapkan dapat mengefisiensikan biaya operasional khususnya Biaya Promosi dan Pendapatan Valuta Asing dengan menghemat pengeluaran dan harus lebih meningkatkan pada pembiayaan produk agar mendapatkan keuntungan yang meningkat dari tahun ke tahun. (2)Untuk Bank Muamalat khususnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit gambaran atau masukan mengenai pengaruh efisiensi pengelolaan pembiayaan dan tingkat kecukupan modal terhadap tingkat laba sehingga divisi pembiayaan bisa lebih efisien dalam mengelola pembiayaan sehingga penyaluran pembiayaan produk pada Bank Muamalat tepat sasaran dan menghindari pembiayaan yang bermasalah. Apabila laba perusahaan meningkat, maka kepercayaan masyarakat atau nasabah pun meningkat pada Bank Muamalat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani.
- Ardin. (2018). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Profitabilitas Pada PT. Simpatik Cabang Gowa. *Indonesian Journal Of Fundamental Sciences*. 4(2): 128-135.
- Arifin, Z. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet.
- Dalfa, S., Tresnati, R., & Srisusilawati, P. (2018). Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan KPR Islamic Banking Menggunakan Analisis Swot (Studi Kasus pada BPRS Al Salaam Cabang Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*. 696-701.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya Sistem Biaya Historis*. Andi Offseet. Yogyakarta.
- Hidayat, L., & Suhandi, S. (2013). Analisis Biaya Produksi dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 1(2): 159-168.
- Hidayati, A, N. (2014). Pengaruh Inflasi, BI Rate dan Kurs Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *An-Nisbah*. 1(1): 73-97.
- Maulida, I, S, R. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri. Amwaluna: *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. 3(1): 15-27.
- Oktaviar, C. (2017). Analisa Pengaruh Pengelolaan Valuta Asing Terhadap Potensi Pendapatan Selisih Kurs. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 3(1): 1-11.
- Rahmawati, R. (2015). Strategi Peningkatan Efisiensi Biaya Pada Bank Umum Syariah Berbasis Stochastic Frontier Approach dan Data Envelopment Analysis. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*. 17(4): 1-24.
- Ramadhania, R., & Fendra, Y. (2021). Analisis Pengaruh Keunggulan Biaya Dan Diferensiasi Produk Terhadap Penjualan Industri Rotan Adit Furniture Pitameh Kota Padang. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 110-116.
- Sudarmadji, A. M., & Sularto, I. (2007). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Seminar Ilmiah Nasional PESAT*. Lembaga Penelitian Unvers.
- Yuda, I, M, A., & Sanjaya, I, K, P, W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Wacana Ekonomi Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akutansi*. 19(1): 35-42.