

## **PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI TERHADAP JUMLAH DEPOSITO *MUDHARABAH* PADA PT BPRS GEBU PRIMA**

**Reka Cintia<sup>1</sup>, Ahmad albar tanjung<sup>2</sup>, Sukardi<sup>3</sup>**

Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Cintiareka5@mail.com<sup>1</sup>, alb4rt4njung@gmail.com<sup>2</sup>, sukardi.usu@gmail.com<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha pada perbankan syariah khususnya pada penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* yaitu faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internalnya adalah reputasi bisnis bank, tingkat suku bunga yang kompetitif atau tingkat bagi hasil, kemampuan distribusi jasa bank, kelengkapan produk dan jasa bank yang ditawarkan, keberhasilan program promosi bank, pelayanan yang lebih cepat dan fleksibel, pengelolaan dana bank yang hati-hati, persaingan dari bank lain dari segala hal. Sedangkan faktor eksternalnya adalah kondisi perekonomian, kegiatan dan kondisi pemerintah, kondisi atau perkembangan pasar uang dan pasar modal, kebijakan pemerintah, peraturan Bank Indonesia. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* adalah kondisi perekonomian yang ditunjukkan dengan kondisi makroekonomi. Salah satu indikator makro ekonomi adalah inflasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* Pada PT BPRS Gebu Prima Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari beberapa lembaga terkait, seperti Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Data yang digunakan adalah dalam bentuk triwulanan Januari 2014-Desember 2018. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi berpengaruh signifikan terhadap jumlah Deposito *Mudharabah*. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*, dan pada variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*, sedangkan inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

**Kata kunci:** Biaya Promosi, Bagi Hasil, Inflasi, Deposito *Mudharabah*

## **Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah pada PT BPRS Gebu Prima**

### **Abstract**

*There are several factors that can affect business activities in Islamic banking, especially in the collection of third party funds for mudharabah deposit products, namely internal and external factors. The internal factors are the bank's business reputation, competitive interest rates or profit sharing rates, the ability to distribute bank services, the completeness of bank products and services offered, the success of bank promotion programs, faster and more flexible services, prudent bank fund management. competition from other banks of all things. While the external factors are economic conditions, government activities and conditions, conditions or developments in the money market and capital market, government policies, Bank Indonesia regulations. One of the factors that influence the collection of third party funds for mudharabah deposit products is economic conditions as indicated by macroeconomic conditions. One of the macroeconomic indicators is inflation. The purpose of this study was to find out how big the influence of promotional costs, profit sharing and inflation on the amount of mudharabah deposits at PT BPRS Gebu Prima Medan. This study uses a quantitative approach. The type of data used is secondary data that comes from several related institutions, such as Bank Indonesia and the Financial Services Authority. The data used is in the form of quarterly January 2014-December 2018. This study uses the Multiple Linear Regression analysis method with the help of the SPSS 22 program. The results of this test can be concluded that simultaneously Promotional Costs, Profit Sharing, and Inflation have a significant effect on the amount of Mudharabah Deposits. The partial test results show that the variable promotional costs has a negative and significant effect on the amount of mudharabah deposits, and the profit sharing variable has a positive and significant effect on the amount of mudharabah deposits, while inflation has a positive and insignificant effect on the amount of mudharabah deposits.*

**Keywords:** *Promotion Fees, Profit Sharing, Inflation, Mudharabah Deposits*

### **Pendahuluan**

Dewasa ini perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan juga semakin populer di mata masyarakat Indonesia. Keberadaannya telah mulai menjamur dimana-mana di seluruh wilayah tanah air. Dan sesuatu yang pasti, prinsip perbankan syariah mengikuti sistem perekonomian dan perbankan yang dibenarkan oleh Islam atau sesuai syariah yang berlandaskan pada aturan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad.

Dalam UU No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. *Perbankan Syariah* yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

*Bank Syariah* adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) (Undang-Undang Nomor 21, 2008). Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat islam.

BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) adalah bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, seperti pembukaan rekening giro dan ikut kliring (Afdal, 2011). Adapun produk penghimpunan dana BPRS adalah tabungan dan deposito.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha pada perbankan syariah khususnya pada penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* yaitu faktor internal dan eksternal (Novianto & Hadiwidjojo, 2014). Adapun faktor internalnya adalah reputasi bisnis bank, tingkat suku bunga yang kompetitif atau tingkat bagi hasil, kemampuan distribusi jasa bank, kelengkapan produk dan jasa bank yang ditawarkan, keberhasilan program promosi bank, pelayanan yang lebih cepat dan fleksibel, pengelolaan dana bank yang hati-hati, persaingan dari bank lain dari segala hal. Sedangkan faktor eksternalnya adalah kondisi perekonomian, kegiatan dan kondisi pemerintah, kondisi atau perkembangan pasar uang dan pasar modal, kebijakan pemerintah, peraturan Bank Indonesia (Rivai, Veithzal, & Idroes, 2007).

Salah satu faktor yang mempengaruhi deposito *mudharabah* adalah keberhasilan program promosi bank. Keberhasilan sebuah program promosi bisa dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengenal produk atau jasa suatu bank. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja membutuhkan biaya. Dalam hal ini disebut biaya promosi. Biaya bagi perusahaan merupakan faktor yang menentukan untuk menetapkan harga dari produk yang akan dijual (Soei, Sabijono, & Runtu, 2014). Secara harfiah biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Biaya promosi ini secara langsung dapat mempengaruhi terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

Tingginya persaingan di dunia perbankan membuat perbankan syariah menyiapkan strategi, salah satunya strategi dalam berpromosi (Indonesia, 2015). Promosi merupakan salah satu kegiatan *marketing mix* yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam dunia perbankan syariah, promosi menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam marketing, efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan "*brand image*" atau

## **Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam dibenak masyarakat umum, maka menjual sebuah produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah. Dengan adanya promosi, maka sudah pasti bank akan menganggarkan dananya untuk kegiatan promosi tersebut atau bisa disebut sebagai biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan bank seharusnya akan lebih banyak menarik nasabah untuk menginvestasikan dananya pada tabungan maupun Deposito *Mudharabah* (Addawiyah, 2016).

PT BPRS Gebu Prima memilih melakukan promosi lebih sering menggunakan *direct selling* dengan memberikan edukasi dan inklusi kepada masyarakat dengan mengadakan event ke kampus-kampus atau sekolah-sekolah, kerjasama dengan bank-bank lain untuk mengedukasi masyarakat, acara pengajian, hal-hal seperti ini tentu saja menggunakan sejumlah biaya yang dikeluarkan. Namun ada beberapa promosi yang tidak terlalu membutuhkan dana lebih untuk melakukan promosi seperti dari chat melalui *social media* seperti di *WhatsApp* dan berbicara melalui mulut ke mulut yang dapat dilakukan oleh semua pegawai BPRS Gebu Prima.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi deposito adalah bagi hasil. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (*akad*). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan kerelaan (*,an-tharadin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Syafi’i, 2001). Bagi hasil merupakan salah satu pertimbangan seseorang untuk menyimpan dananya pada bank.

Bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah yang tinggi akan mendorong seseorang untuk menyimpan dananya dan mengorbankan konsumsi sekarang untuk dimanfaatkan di masa yang akan datang, demikian pula sebaliknya. Dalam sistem bagi hasil, keuntungan nasabah ditentukan berdasarkan nisbah yang telah ditetapkan oleh bank, sehingga semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan bank syariah pada nasabah, maka akan semakin besar pula nasabah menginvestasikan dananya (Fitria, 2015). Untuk Bank Syariah tidak dapat menentukan berapa bagi hasil yang didapatkan karena tergantung pada pendapatan yang didapatkan setiap tahunnya.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* adalah kondisi perekonomian yang ditunjukkan dengan kondisi makroekonomi. Salah satu indikator makro ekonomi adalah inflasi (Huda, 2018).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi deposito *mudharabah* adalah inflasi. Inflasi adalah kecenderungan dari harga-harga untuk naik secara umum dan terus menerus (Juniarty, Mifrahi, & Tohirin, 2017). Di bidang moneter, laju inflasi yang tinggi tidak terkendali dapat mengganggu upaya perbankan dalam pengerahan dana masyarakat. Pada tataran makro, nilai uang terhadap barang memiliki peran penting terhadap jumlah tabungan masyarakat di bank. Tingginya inflasi akan menurunkan nilai kekayaan dalam bentuk uang. Inflasi yang tidak dapat dikendalikan dapat mengurangi

minat masyarakat menabung, mengurangi gairah perusahaan melakukan investasi yang produktif, dan menimbulkan kemerosotan nilai uang dan defisit neraca pembayaran. Dan masalah ini juga akan memperlambat pertumbuhan ekonomi (Sukirno, 2000). Inflasi biasanya diekspresikan dalam presentase perubahan angka indeks harga konsumen. Tetapi juga bisa menggunakan harga lain (harga perdagangan besar, upah, harga, aset dan sebagainya). Tingkat harga yang melambung mencapai 100% atau lebih dalam setahun (*hyperinflasi*) akan menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap mata uang, sehingga masyarakat cenderung menyimpan aset dalam bentuk lain (*real estate* atau emas).

Pada tahun 2015 sampai 2017 biaya promosi pada PT BPRS Gebu Prima mengalami peningkatan namun pada jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama. Hal ini juga terjadi pada bagi hasil yaitu pada tahun 2015 sampai 2017 bagi hasil pada PT BPRS Gebu Prima mengalami peningkatan namun pada jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama. Pada tahun 2016 sampai 2017 inflasi yang terjadi mengalami penurunan namun jumlah deposito *mudharabah* juga mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama, yang artinya bahwa berbeda dengan yang teori yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima”**.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan triwulanan tahun 2014-2018. 2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan tahun 2014-2018. 3. Untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. 4. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

## **Metode**

Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang menganalisis data dari PT BPRS Gebu Prima Medan (Sugiyono, 2017).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis regresi linier berganda (Noor, 2015). Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari suatu variabel terikat (jumlah deposito *mudharabah*) berdasarkan variabel bebas (biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi) (Suliyanto & MM, 2017). Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda, dengan menggunakan program *SPSS versi 22*, kemudian dijelaskan secara deskriptif (Ghozali, 2016).

**Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

**Hasil dan Pembahasan**

Dalam Sub Bab Ini Yang Akan Diuraikan Terkait Dengan Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linier Berganda. Uji Asumsi Klasik Terdiri Atas Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

**1. Uji Asumsi Klasik**

**1. A. Uji Normalitas**

Uji Normalitas Digunakan Untuk Menguji Apakah Dalam Model Regresi Baik Variabel Dependen Ataupun Independen Memiliki Distribusi Data Normal Atau Tidak. Dalam Penelitian Ini Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test*. Berikut Disajikan Hasil Dari *Kolmogrov-Smirnov Test*:

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		BP	BH	IN	DM
N		20	20	20	20
Normal Parameters <sup>a,B</sup>	Mean	13766148,000	319639,8500	6,0906	7331475,0000
	Std. Deviation	9134134,6248	180150,12709	,33366	2545434,01053
		7			
Most Extreme Differences	Absolute	,139	,104	,174	,141
	Positive	,139	,104	,171	,141
	Negative	-,115	-,102	-,174	-,109
Test Statistic		,139	,104	,174	,141
Asymp. Sig. (2-Tailed)		,200 <sup>c,D</sup>	,200 <sup>c,D</sup>	,116 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,D</sup>

- a. Test Distribution Is Normal.
- b. Calculated From Data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This Is A Lower Bound Of The True Significance.

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah Dengan SPSS

Pada Output Data Tabel 4.1, Terlihat Bahwa Hasil Uji Normalitas Menunjukkan Level Signifikansi Lebih Besar Dari  $\alpha = 0.05$  Yaitu  $0.200 > 0.05$  Pada Variabel Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Deposito *Mudharabah*, Pada Variabel Inflasi Yaitu  $0.116 > 0.05$  Yang Berarti Bahwa Data Terdistribusi Dengan Normal.

**B. Uji Heteroskedastisitas**

Model Regresi Yang Baik Adalah Varian Residualnya Bersifat Homoskedastisitas Atau Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas. Tujuannya Adalah Untuk Mengetahui Apakah Dalam Model Regresi Terdapat Kesamaan Varians Dari Residual Satu Pengamatan Lain Yang Lainnya.

**Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1	1903101,6				
(Constant)	59	779524,037		2,441	,027
BP	-,012	,035	-,135	-,361	,723
BH	,838	1,785	,179	,470	,645
In	-1315,332	1299,630	-,258	-1,012	,327

A. Dependent Variable: RESUC

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah Dengan SPSS

Pada Output Data Tabel 4.2, Terlihat Bahwa Hasil Perhitungan Dari Masing-Masing Variabel Menunjukkan Level Sig > A, Yaitu 0.723 > 0.05 Untuk Variabel Biaya Promosi, 0.645 > 0.05 Untuk Variabel Bagi Hasil Dan 0.327 > 0.05 Untuk Inflasi, Sehingga Penelitian Ini Bebas Dari Heteroskedastisitas Dan Layak Untuk Diteliti.

**C. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi Bertujuan Untuk Menguji Apakah Dalam Suatu Model Regresi Linear Ada Korelasi Antara Kesalahan Pengganggu Pada Periode Sekarang Dengan Periode Sebelumnya. Model Regresi Yang Baik Adalah Yang Terbebas Dari Autokorelasi.

**Tabel 3 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson Test Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Durbin-Watson
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,88616	1,292

a. Predictors: (Constant), In, BP, BH

b. Dependent Variable: DM

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah Dengan SPSS

Berdasarkan Output Data Tabel 4.3, Diketahui Bahwa Nilai DW Adalah Sebesar 1,292, Selanjutnya Nilai Tersebut Dibandingkan Dengan Tabel Durbin Watson Dengan Tingkat Sig Sebesar 5%, Dengan Jumlah Sampel N=20 Dan Jumlah Variabel Independen 3 {K=3}. Berdasarkan Tabel DW Maka Diperoleh Nilai Du = 1,6763.

Nilai DW 1,292 Lebih Besar Dari Nilai Du Dan Kurang Dari 4-1,6763 = 2,3237 Sehingga Dapat Disimpulkan Bahwa Tidak Terjadi Korelasi.

**Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

**2. Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda Digunakan Untuk Meramalkan Suatu Variabel Terikat/ Variabel Dependen Berdasarkan Variabel Bebas/ Variabel Independen Dalam Suatu Persamaan Linier.

**A. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Pada Dasarnya Digunakan Untuk Mengukur Seberapa Jauh Kemampuan Model Dalam Menerangkan Variasi Variabel Dependent. Nilai Koefisien Determinasi Berada Antara 0 Sampai 1. Dengan Kata Lain, Koefisien Determinasi Merupakan Kemampuan Variable X Dalam Menjelaskan Variabel Y.

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Mod El	R R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Chang E	Df1	Df2	Sig. F Change
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,8 8616	,579	7,321	3	16	,003

A. Predictors: (Constant), In, BP, BH

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah SPSS

Berdasarkan Gambar Diperoleh Angka R Square Sebesar 0.579 Atau 57,9%. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Berpengaruh Sebesar 57,9% Terhadap Deposito *Mudharabah* Sedangkan Sisanya Sebesar 42,1% Dipengaruhi Oleh Variabel Atau Faktor Lain.

**B. Uji Simultan/ Uji F Statistik**

Uji F Dapat Digunakan Untuk Menunjukkan Apakah Semua Variabel Independen Atau Bebas Yang Dimasukkan Dalam Model Mempunyai Pengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Variabel Dependen/Terikat. Uji Statistik F Juga Dapat Digunakan Untuk Mengetahui Apakah Model Regresi Dapat Digunakan Untuk Memprediksi Variabel Dependen Atau Tidak.

Jika Hasilnya Signifikan, Berarti Hubungan Yang Terjadi Dapat Berlaku Untuk Populasi (Dapat Digeneralisasikan) Dengan Melihat Pada Nilai Sig (*P-Value*) Atau Membandingkan Nilai F Hitung Dengan F Tabel.

**Tabel 5 Hasil Uji F Statistik**

**Anova<sup>a</sup>**

Model	Sum Squares	Of Df	Mean Square	F	Sig.
1	71223056030		23741018676		,003 <sup>b</sup>
Regression	269,230	3	756,414	7,321	

n	51882395707		32426497317
Residual	230,760	16	01,922
Total	12310545173		
	7500,000	19	

Dependent Variable: DM

Predictors: (Constant), In, BP, BH

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah Dengan SPSS

Dari Hasil Perhitungan Pada Tabel 4.5, Dapat Dilihat Bahwa Nilai Signifikansi Adalah Sebesar 0,003 Dan Nilai  $F_{hitung}$  Sebesar 7,321. Dasar Pengambilan Keputusan Adalah Tingkat Signifikansi Sebesar 5% Atau 0,05. Karena Nilai Signifikansi Lebih Kecil Dari 0,05 Maka  $H_0$  Ditolak Dan Hal Ini Menunjukkan Adanya Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Secara Simultan Terhadap Deposito *Mudharabah*.

Dasar Pengambilan Keputusan Yang Lain Adalah Nilai  $F_{hitung}$  Harus Lebih Besar Dari Nilai  $F_{tabel}$  Untuk Menentukan Adanya Pengaruh Dari Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen. Dari Uji ANOVA Dengan Taraf Signifikansi 5% Dan Derajat Kebebasan Pembilang ( $V_1$ ) =  $K-1 = 3$  Serta Derajat Kebebasan Penyebut ( $V_2$ ) =  $N-K = 16$  Dengan Nilai  $F_{tabel}$  3,24 Yang Dapat Dilihat Pada Tabel Kritis Distribusi

(Tabel F), Didapat Nilai  $F_{hitung}$  Sebesar 7,321. Karena Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Maka  $H_0$  Ditolak Dan Dapat Diambil Kesimpulan Bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Deposito *Mudharabah*.

#### D. Uji Parsial/ Uji T Statistik

Uji T Dilakukan Untuk Mengetahui Tingkat Signifikan Dari Variabel Penelitian Yang Ingin Diuji Pengaruhnya Terhadap Variabel Y Secara Terpisah Atau Individu Dengan Melihat Pada Nilai Sig (P-Value) Atau Membandingkan T-Hitung Dengan T-Tabel.

**Tabel 6 Hasil Uji T Statistik**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	2517586,191	1614387,923		1,559	,138
(Constant)	-,195	,072	-,701	-2,730	,015
BP	16,721	3,696	1,183	4,524	,000
BH					
In	4623,280	2691,524	,300	1,718	,105

A. Dependent Variable: DM

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah Dengan SPSS

Dari Tabel 4.6 Dapat Dilihat Bahwa:

**Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

- 1) Biaya Promosi Menunjukkan Nilai Signifikansi Sebesar 0,015. Nilai Signifikansi Lebih Kecil Dari 0,05 Yaitu  $0,015 < 0,05$ , Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima. Biaya Promosi Mempunyai  $T_{hitung}$  Sebesar 2,730 Dengan  $T_{tabel}$  Sebesar 2,120. Jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  Dapat Disimpulkan Bahwa Biaya Promosi Memiliki Kontribusi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Nilai T Negatif Menunjukkan Bahwa Biaya Promosi Mempunyai Hubungan Yang Berlawanan Arah Dengan Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jadi, Dapat Disimpulkan Bahwa Biaya Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada PT BPRS Gebu Prima.
- 2) Bagi Hasil Menunjukkan Nilai Signifikansi Sebesar 0,000. Nilai Signifikansi Lebih Kecil Dari 0,05 Yaitu  $0,000 < 0,05$  Maka  $H_0$  Ditolak Dan  $H_a$  Diterima. Bagi Hasil Mempunyai  $T_{hitung}$  Sebesar 4,524 Dengan  $T_{tabel}$  Sebesar 2,120. Jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  Dapat Disimpulkan Bahwa Bagi Hasil Memiliki Kontribusi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Nilai T Positif Menunjukkan Bahwa Bagi Hasil Mempunyai Hubungan Yang Searah Dengan Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jadi, Dapat Disimpulkan Bahwa Bagi Hasil Berpengaruh Signifikan Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada PT BPRS Gebu Prima.
- 3) Inflasi Menunjukkan Nilai Signifikansi Sebesar 0,105. Nilai Signifikansi Lebih Besar Dari 0,05 Yaitu  $0,105 > 0,05$  Maka  $H_0$  Diterima Dan  $H_a$  Ditolak. Inflasi Mempunyai  $T_{hitung}$  Sebesar 1,718 Dengan  $T_{tabel}$  Sebesar 2,120. Jadi  $T_{hitung} < T_{tabel}$  Dapat Disimpulkan Bahwa Inflasi Tidak Memiliki Kontribusi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Nilai T Positif Menunjukkan Bahwa Inflasi Mempunyai Hubungan Yang Searah Dengan Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jadi, Dapat Disimpulkan Bahwa Inflasi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada PT BPRS Gebu Prima.

Selain Itu, Dari Tabel *Coefficient* Di Atas Di Dapat Model Regresi Yang Dirumuskan Sebagai Berikut:

$$Y = 2517586,191 - 0,195X_1 + 16,721X_2 + 4623,280X_3$$

Dari Persamaan Regresi Tersebut Dapat Dibuat Interpretasi Sebagai Berikut:

- a) Nilai Konstanta Menunjukkan Koefisien Regresi Sebesar 2517586,191 Yang Berarti Bahwa Jika Biaya Promosi, Bagi Hasil Dan Inflasi Tetap Atau Tidak Mengalami Penambahan Atau Pengurangan, Maka Nilai Konstanta Jumlah Deposito *Mudharabah* Sebesar 2517586,191.
- b) Nilai Koefisien Biaya Promosi Untuk Variabel  $X_1$  Sebesar 0,195 Dan Bertanda Negatif. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Setiap Kenaikan Nilai Biaya Promosi 1% Maka Variabel Jumlah Deposito *Mudharabah* (Y) Akan Turun Sebesar 0,195 Dengan Asumsi Variabel Bebas Yang Lain Dari Model Regresi Adalah Tetap.
- c) Nilai Koefisien Bagi Hasil Untuk Variabel  $X_2$  Sebesar 16,721. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Setiap Kenaikan Nilai Bagi Hasil 1% Maka Variabel Jumlah Deposito *Mudharabah* (Y) Akan Naik Sebesar 16,721 Dengan Asumsi Variabel Bebas Yang Lain Dari Model Regresi Adalah Tetap.
- d) Nilai Koefisien Inflasi Untuk Variabel  $X_3$  Sebesar 4623,280. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Setiap Kenaikan Nilai Inflasi 1% Maka Variabel Jumlah

Deposito *Mudharabah* (Y) Akan Naik Sebesar 4623,280 Dengan Asumsi Variabel Bebas Yang Lain Dari Model Regresi Adalah Tetap.

### **Pembahasan Dan Hasil Penelitian**

Dalam Sub Bab Ini Yang Akan Diuraikan Terkait Dengan Pembahasan Mengenai Kemampuan Biaya Promosi, Bagi Hasil Dan Inflasi Mempengaruhi Jumlah Deposito *Mudharabah*.

#### **1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Berdasarkan Pengujian Yang Telah Dilakukan Diperoleh Hasil Bahwa Biaya Promosi Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jika Melihat Tabel *Coefficient*, Biaya Promosi Menunjukkan Koefisien Regresi Dengan Arah Negatif Sebesar 0,195. Dengan Adanya Promosi, Maka Sudah Pasti Bank Akan Menganggarkan Dananya Untuk Kegiatan Promosi Dan Jika Semakin Tinggi Biaya Promosi Yang Dikeluarkan Bank Akan Lebih Mengenal Produk Dari Perbankan Syariah Itu Sendiri Dan Akan Banyak Menarik Nasabah Untuk Menginvestasikan Dananya Pada Tabungan Maupun Deposito *Mudharabah*.

Selama Tahun Penelitian, Biaya Promosi Pada PT BPRS Gebu Prima Mengalami Kenaikan Hampir Di Setiap Tahunnya Namun Penurunan Pada Deposito *Mudharabah* Dan Beberapa Tahun Lainnya Mengalami Peningkatan Pada Biaya Promosi Dan Deposito *Mudharabah*. Hal Ini Dikarenakan Dengan Menggunakan Sosial Media Seperti *Whatsapp* Dengan Menyebarkan *Broadcast* Pada Orang-Orang Terdekat Dan Berbicara Dari Mulut Ke Mulut Yang Dilakukan Oleh Semua Pegawai PT BPRS Gebu Prima Sebagai Tempat Untuk Melakukan Promosi Lebih Efektif Dan Dapat Lebih Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Dan Otomatis Dapat Lebih Banyak Menarik Nasabah Untuk Menyimpan Dananya Di PT BPRS Gebu Prima Dan Tidak Terlalu Membutuhkan Dana Yang Lebih Dalam Melakukan Promosi Seperti Ini.

Namun Hasil Penelitian Ini Tidak Sejalan Dengan Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Addawiyah, 2016) Dan Dalam Penelitiannya Menjelaskan Bahwa Biaya Promosi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Deposito *Mudharabah* Dan Tidak Sejalan Dengan Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Fitria, 2015) Dan Dalam Penelitiannya Menjelaskan Bahwa Biaya Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Deposito *Mudharabah*.

#### **2. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Berdasarkan Pengujian Yang Telah Dilakukan Diperoleh Hasil Bahwa Bagi Hasil Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jika Melihat Tabel *Coefficient*, Bagi Hasil Menunjukkan Koefisien Regresi Dengan Arah Positif Sebesar 16,721.

Dalam Sistem Bagi Hasil, Keuntungan Nasabah Ditentukan Berdasarkan Nisbah Yang Telah Ditetapkan Oleh Bank, Sehingga Semakin Tinggi Bagi Hasil Yang Ditawarkan Bank Syariah Pada Nasabah, Maka Akan Semakin Besar Pula Nasabah Menginvestasikan Dananya Karena Itu Bagi Hasil Merupakan Salah Satu Pertimbangan Bagi Setiap Orang Untuk Menyimpan Dananya Pada Bank Dan Mengorbankan Konsumsi Sekarang Untuk Dimanfaatkan Di Masa Yang Akan Datang, Dikarenakan

## **Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

Para Nasabah Dalam Menempatkan Dananya Di Bank Syariah Masih Dipengaruhi Oleh Motif Untuk Mencari Profit. Hasil Penelitian Ini Sejalan Dengan Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Fitria, 2015), Mutia Hikmah (2017), Dan Padila Arisandi (2015) Dan Dalam Penelitiannya Dijelaskan Bahwa Bagi Hasil Berpengaruh Signifikan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*.

### **3. Pengaruh Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Berdasarkan Pengujian Yang Telah Dilakukan Diperoleh Hasil Bahwa Inflasi Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Jika Melihat Tabel *Coefficient*, Inflasi Menunjukkan Koefisien Regresi Dengan Arah Positif Sebesar 4623,280. Dikarenakan Nasabah Di PT BPRS Gebu Prima Tidak Memperhatikan Naik Dan Turunnya Inflasi Di Indonesia, Ketika Inflasi Naik Nasabah Tetap Tidak Menarik Dananya Di PT BPRS Gebu Prima Dan Mengambil Investasi Dalam Bentuk Aset Riil, Ketika Inflasi Turun Nasabah Menarik Dananya Untuk Kebutuhan-Kebutuhan Tertentu Mereka, Kebanyakan Nasabah Menggunakan Simpanan Deposito Untuk Kebutuhan Jangka Panjang Mereka Dan Menarik Deposito Mereka Ketika Ingin Memenuhi Kebutuhan Tersebut, Contohnya Pada Hari-Hari Besar Seperti Hari Raya Idul Fitri Dan Keadaan Seperti Ini Tidak Termasuk Dalam Kategori Inflasi Karena Inflasi Terjadi Jika Harga-Harga Naik Secara Umum Dan Berlangsung Terus Menerus.

Di Bidang Moneter, Laju Inflasi Yang Tinggi Tidak Terkendali Dapat Mengganggu Upaya Perbankan Dalam Pengerahan Dana Masyarakat, Pada Tatanan Makro Nilai Uang Terhadap Barang Memiliki Peran Penting Terhadap Jumlah Tabungan Masyarakat Di Bank. Hasil Penelitian Ini Sejalan Dengan Penelitian Yang Dilakukan Oleh Padila Arisandi (2015) Dan Dalam Penelitiannya Dijelaskan Bahwa Inflasi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Deposito *Mudharabah*.

### **4. Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*.**

Berdasarkan Pengujian Yang Telah Dilakukan Diperoleh Hasil Bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*. Dasar Pengambilan Keputusan Adalah Tingkat Signifikansi Lebih Kecil Dari 0,05 Yaitu 0,003 Dan Nilai  $F_{hitung}$  Lebih Besar Dari  $F_{tabel}$  Yaitu  $7,321 > 3,24$  Yang Berarti  $H_0$  Ditolak. Dan Pada Tabel R Square Menunjukkan Bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, Dan Inflasi Berpengaruh Sebesar 57,9% Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* Sedangkan Sisanya Sebesar 42,1% Dipengaruhi Oleh Variabel Atau Faktor Lain. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Khususnya Pada Produk Deposito *Mudharabah* Memiliki Pengaruh Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* Baik Pada Faktor Internal Maupun Eksternal

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah ditulis dan dikemukakan pada bab IV tentang “Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima

Medan”, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,730 kearah negatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,730) > nilai  $t_{tabel}$  (2,120) dan signifikansi  $0,015 < 0,05$ . 2. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,524. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (4,524) > nilai  $t_{tabel}$  (2,120) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . 3. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,718. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (1,718) < nilai  $t_{tabel}$  (2,120) dan signifikansi  $0,105 > 0,05$ . 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima Medan 2014-2018, variabel independen biaya promosi, bagi hasil dan inflasi yang secara bersama-sama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  (7,321) >  $F_{tabel}$  (3,24).

**Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima**

**DAFTAR PUSTAKA**

- 21, Undang Undang Nomor. (2008). *tentang Perbankan Syariah*.
- Addawiyah, Rabihtul. (2016). *Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR terhadap Jumlah Deposito Mudharabah (Studi Kasus pada BUS dan UUS di Indonesia Periode 2011-2015)*.
- Afdal, Nurul. (2011). *Studi Pemahaman Nilai-nilai Syariah pada Praktisi Perbankan Syariah. Makasar: Ekonomi Akuntansi Universitas Hasanudin*.
- Fitria, Nur. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil Deposito, Biaya Promosi, dan Pendapatan Perkapita Kota Medan Terhadap Deposito Mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Balai Kota. Skripsi UIN Sumatera Utara*.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, Nurul. (2018). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*. Prenada Media.
- Indonesia, Ikatan Bankir. (2015). *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Juniarty, Nila, Mifrahi, Mustika Noor, & Tohirin, Achmad. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi deposito mudharabah pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 36–42.
- Noor, Juliansyah. (2015). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*.
- Novianto, Abdullah Syakur, & Hadiwidjojo, Djumilah. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penghimpunan Deposito Mudharabah Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(4), 595–604.
- Rivai, H. Veithal, Veithzal, Andria Permata, & Idroes, Ferry Novindra. (2007). *Bank and financial institution management*. Raja Grafindo Persada.
- Soei, Christanti Natalia, Sabijono, Harijanto, & Runtu, Treesje. (2014). Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sinar Sakti. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Sukirno, Sadono. (2000). *Makroekonomi Modern: perkembangan pemikiran dari klasik hingga keynesian baru*.
- Suliyanto, S. E., & MM, Suliyanto. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Syafi'i, Antonio. (2001). *Bank Syariah dari teori ke praktik. Jakarta: Gema Insani*, 235.