

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH DEPOSITO
MUDHARABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI TBK**

SKRIPSI

Oleh :

Nyimas Putri Sekar Sari

NIM 53154095

Program Studi

S1 PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2019

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH DEPOSITO
MUDHARABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI Tbk**

SKRIPSI

Diajukan Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

Nyimas Putri Sekar Sari

NIM 53154095

Program Studi

S1 PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyimas Putri Sekar Sari
Nim : 53.15.4.095
Tempat, Tanggal Lahir : Pematangsiantar, 22 April 1997
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. S. Parman No. 21 Pematangsiantar

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI, TBK"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 17 September 2019

Yang membuat pernyataan

A 6000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp is yellow and green, with the text "METERAI LUMPUR" at the top, "6000" in the middle, and "RUPIAH" at the bottom. The signature is in black ink.

Nyimas Putri Sekar Sari

PERSETUJUAN

Skrpsi Berjudul:

**FAKTOR=FAKTOR YANG MEMENGARUHI DEPOSITO
MUDHARABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI, TBK**

Oleh:

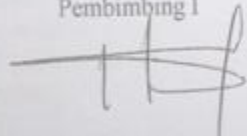
Nyimas Putri Sekar Sari

Nim. 53154095

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

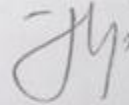
Medan, 17 September 2019

Pembimbing I



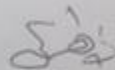
Hendra Harmain, M.Pd
NIP. 197305101998031003

Pembimbing II



Muhammad Ikhsan Harahap, M.E.I
NIP. 198901052018011001

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

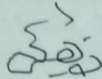


Zuhri M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI, TBK”** an. Nyimas Putri Sekar Sari, NIM 53154095 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada 16 Oktober 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

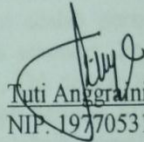
Medan, 16 Oktober 2019
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah

Ketua,



Zuhri M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

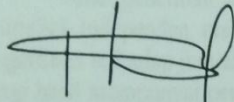
Sekretaris,



Nuri Angraeni, MA
NIP. 197705312005012007

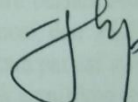
Anggota

Pembimbing 1



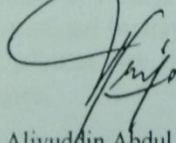
Hendra Harmain, M. Pd
NIP. 197305101998031003

Pembimbing 2



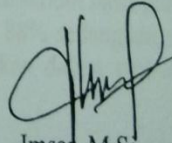
Muhammad Ikhsan Harahap, M. E. I
NIP. 198901052018011001

Penguji 1



Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, MA
NIP. 196706282003021001

Penguji 2



Imsat, M. Si
NIP. 198703032015031004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan



Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

ABSTRAK

Bank syariah dalam perkembangannya saat ini dituntut untuk meningkatkan kualitasnya dalam segala aspek dan karena itu bank syariah membutuhkan modal yang cukup sehingga dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik. Dalam menghimpun dana dari masyarakat bank syariah memiliki produk deposito *mudharabah*. Tetapi dalam proses penghimpunan tersebut tidak selalu berjalan dengan mulus karena terdapat masalah ekonomi yang dapat memengaruhi penghimpunan deposito *mudharabah* yaitu PDB, nisbah bagi hasil, dan biaya promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi penelitian yaitu laporan keuangan PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dengan sampel penelitian data laporan keuangan publikasi bank triwulan dari periode 2013-2018. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan uji persamaan regresi berganda dengan menggunakan alat bantu analisis *Eviews* 10.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Secara parsial variabel nisbah bagi hasil mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* dengan nilai t hitung sebesar 0,02 dan nilai probabilitas sebesar 0,98. Variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* dengan nilai t hitung sebesar -1,45 dan nilai probabilitas sebesar 0,16. Sedangkan variabel PDB mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* dengan nilai t hitung sebesar 8,37 dan nilai probabilitas sebesar 0,00. Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi besarnya koefisien determinasi sebesar 88% sedangkan sisanya 12% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan model regresi.

Kata Kunci: Nisbah Bagi Hasil, Biaya Promosi, PDB dan Jumlah Deposito *Mudharabah*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah *Subhanallahu Wata'ala*, atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta shalawat teriringkan salam kepada junjungan nabi kita Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Deposito *Mudharabah* Pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk” ini sesuai dengan harapan. Skripsi ini disusun sebagai syarat akhir untuk menyelesaikan jenjang S1 pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara.

Terselesaikannya skripsi ini tentu dengan dukungan, bantuan, bimbingan, semangat, dan doa dari orang-orang terbaik yang ada di sekeliling penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. Bapak Zuhrial M. Nawawi, MA selaku Ketua Jurusan Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
4. Ibu Tuti Anggraini, MA selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang dengan sabar memberikan jalan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Hendra Harmain. M. Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Muhammad Ikhsan Harahap, M.S.I selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, arahan dan dorongan kepada penulis serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dan berharga bagi penulis. Dan

jajaran karyawan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang melayani dan membantu penulis selama perkuliahan. Allah SWT, atas karunia dan pertolongannya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan.

7. Keluarga yang sangat saya sayangi, Mama tercinta Siti Rositah dan Papa tercinta Rahmat Mulya yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan mendoakan saya di setiap sujudnya. Abang, kakak dan adik saya A' Salam, Ceu Iis, dan Dik Yusuf yang telah membantu baik moril maupun materil dalam studi saya hingga selesai.
8. Sahabat terbaik semasa kecil Atikah Husnia, sahabat-sahabat terbaik semasa kuliah Dewi Masitoh Daulay, Putri Indah Sari Daulay, Ayu Lestari, Rizky Arvi Yunita, dan Lili, serta sahabat-sahabat KKN Kelompok 105 Intan dan Febry yang telah menghabiskan banyak waktu bersama saya dalam suka dan duka, membantu saya dalam penyelesaian skripsi maupun perkuliahan, mengingatkan saya ketika melakukan kesalahan, menemani saya disaat saya membutuhkan mereka. Terima kasih atas apa yang kalian lakukan selama ini. Sukses buat kita semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan dengan keterbatasan penulis, baik dalam kemampuan maupun pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan saran serta kritik yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis khususnya, serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Medan, 17 September 2019

Nyimas Putri Sekar Sari

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Bank Syariah.....	10
1. Defenisi	10
2. Jenis-Jenis Bank Syariah.....	11
3. Fungsi Bank Syariah	12
B. Deposito <i>Mudharabah</i>	12
1. Pengertian <i>Mudharabah</i>	12
2. Rukun <i>Mudharabah</i>	13
3. Pengertian Deposito	14
4. Deposito Syariah.....	15
5. Landasan Hukum	18
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga (Deposito).....	20
D. Nisbah Bagi Hasil	23

1. Pengertian Nisbah Bagi Hasil	23
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil	24
3. Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil.....	25
4. Sistem Perhitungan Bagi Hasil	27
E. Biaya Promosi.....	27
1. Pengertian Biaya Promosi.....	27
2. Tujuan Promosi	28
3. Jenis-Jenis Promosi	29
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pelaksanaan Promosi	33
F. Produk Domestik Bruto (PDB).....	35
1. Pengertian PDB.....	35
2. Pendekatan Perhitungan PDB	36
3. Manfaat Perhitungan PDB	39
4. Teori PDB	40
G. Kajian Terdahulu.....	42
H. Kerangka Teoritis.....	47
I. Hipotesa	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel	50
D. Data Penelitian	50
E. Definisi Operasional	51
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Analisis Data	52

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	58
B. Deskripsi Data Penelitian.....	66

C. Uji Asumsi Klasik	72
D. Uji Regresi Linier Berganda	74
E. Uji Hipotesis	75
F. Interpretasi Hasil Penelitian	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1	Komposisi Dana Pihak Ketiga PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.....	3
1.2	Komposisi Nisbah Bagi Hasil, Biaya Promosi, PDB dan Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.....	4
2.1	Kajian Terdahulu.....	42
3.1	Definisi Operasional.....	51
4.1	Nisbah Bagi Hasil Tahun 2013-2018.....	66
4.2	Hasil Statistik Deskriptif Nisbah Bagi Hasil.....	67
4.3	Biaya Promosi Tahun 2013-2018.....	68
4.4	Hasil Statistik Deskriptif Biaya Promosi.....	68
4.5	PDB Tahun 2013-2018.....	69
4.6	Hasil Statistik Deskriptif PDB.....	70
4.7	Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> Tahun 2013-2018.....	71
4.8	Hasil Statistik Deskriptif Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i>	71
4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
4.10	Hasil Uji Autokorelasi.....	73
4.11	Hasil Uji Autokorelasi dengan Diferensi Tingkat Satu.....	74
4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
4.13	Hasil Uji T.....	76
4.14	Hasil Uji F.....	77
4.15	Hasil Koefisien Determinasi.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1	Kerangka Teoritis.....	47
3.1	Definisi Operasional.....	51
4.1	Logo PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.....	59
4.2	Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.....	65
4.3	Hasil Uji Normalitas.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan pesat dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah cukup baik sehingga berkontribusi positif bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Bukti nyata kinerja perbankan syariah cukup baik adalah ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, di mana perbankan konvensional terpuruk, sedangkan perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangannya.

Berdirinya perbankan syariah diawali dengan adanya Deregulasi Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang dikeluarkan pemerintah pada tanggal 27 Oktober 1988 yang menyebabkan perombakan secara mendasar pada industri perbankan. Sehingga pada tahun 1992 terbitlah UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, di mana perbankan bagi hasil diakomodasi. Selanjutnya untuk memberikan landasan hukum yang lebih kuat dan kesempatan yang lebih luas bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia maka diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 di mana isinya merupakan perubahan UU No. 7 tahun 1992 dan sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK direksi BI/Peraturan Bank Indonesia. Perundang-undangan tersebut memberikan kesempatan luas bagi perbankan syariah untuk mengembangkan jaringan melalui ijin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional. Dengan kata lain, bank umum dimungkinkan kegiatan usahanya secara konvensional sekaligus dapat melakukan berdasarkan prinsip syariah.

Selain dari pada itu, UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia (BI), di mana Bank Indonesia ditugaskan untuk mempersiapkan perangkat peraturan atau fasilitas-fasilitas penunjang yang mendukung operasional Bank Umum Syariah. Kedua UU tersebut di atas menjadi dasar hukum penerapan *Dual Banking System* di Indonesia. *Dual Banking System* yang dimaksud

adalah terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan dalam melayani perekonomian nasional yang pelaksanaannya diatur dalam berbagai peraturan yang berlaku.¹

Pada tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT. Bank Mandiri (Persero).

Bank Syariah Mandiri adalah bank syariah yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi untuk menghimpun dan menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Penghimpunan dana merupakan kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan. Oleh karena itu, penghimpunan dana melalui masyarakat adalah modal bank yang penting untuk mendukung fungsinya sebagai lembaga intermediasi atau dikenal sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK).

Dana pihak ketiga memiliki beberapa jenis: (1) giro, berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.01/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan; (2) tabungan, berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.02/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang disamakan dengan itu; (3) deposito, berdasarkan

¹Dimaz Pradana Putra, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penghimpunan Tabungan Masyarakat pada PT. Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi UPN Surabaya, Fakultas Ekonomi, 2011), h. 12.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No.03/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.²

Dalam perkembangannya deposito lebih menarik dibandingkan dana pihak ketiga yang lain. Berikut adalah tabel berupa komposisi dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri :

Tabel 1.1
Komposisi Dana Pihak Ketiga PT Bank Syariah Mandiri, Tbk (Dalam
Jutaan Rupiah)

No.	Produk	2013	2014	2015
1.	Giro	8.446.586,00	6.960.678,00	5.196.886,00
	a. <i>Wadiah</i>	8.446.586,00	6.960.678,00	2.289.282,00
	b. <i>Mudharabah</i>	-	-	2.907.604,00
2.	Tabungan	19.552.980,00	19.896.227,00	23.937.805,00
	a. <i>Wadiah</i>	-	-	2.721.495,00
	b. <i>Mudharabah</i>	19.552.980,00	19.896.227,00	21.216.310,00
3.	Deposito – <i>Mudharabah</i>	27.659.562,00	31.815.909,00	31.379.460,00
	a. 1 bulan	18.006.762,00	24.334.182,00	23.906.098,00
	b. 3 bulan	4.087.789,00	3.555.999,00	3.517.762,00
	c. 6 bulan	2.299.543,00	1.296.455,00	1.445.868,00
	d. 12 bulan	3.265.467,00	2.629.272,00	2.509.732,00
		2016	2017	2018
1.	Giro	5.654.439,00	7.345.441,00	8.218.786,00
	a. <i>Wadiah</i>	3.094.679,00	4.497.153,00	5.447.064,00
	b. <i>Mudharabah</i>	2.559.760,00	2.848.288,00	2.771.722,00
2.	Tabungan	26.114.859,00	29.651.564,00	33.942.489,00
	a. <i>Wadiah</i>	3.092.251,00	3.678.166,00	4.350.231,00
	b. <i>Mudharabah</i>	23.022.608,00	25.973.398,00	29.592.258,00
3.	Deposito – <i>Mudharabah</i>	33.231.270,00	35.888.121,00	39.431.220,00
	a. 1 bulan	26.834.611,00	28.859.000,00	31.011.798,00
	b. 3 bulan	2.456.960,00	2.849.346,00	3.917.662,00
	c. 6 bulan	1.327.238,00	1.395.383,00	1.545.012,00
	d. 12 bulan	2.612.461,00	2.784.392,00	2.956.748,00

Sumber : PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

² Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 72.

Pada Tabel 1.1 menunjukkan komposisi dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri periode tahun 2013 sampai 2018. Berdasarkan tabel tersebut komponen terbesar dalam dana pihak ketiga adalah deposito *mudharabah*.

Tingginya minat nasabah menggunakan deposito *mudharabah* karena nisbah bagi hasil pada produk deposito *mudharabah* lebih tinggi dibandingkan simpanan dalam bentuk lain. Dengan kata lain nasabah dalam menginvestasikan dana depositonya, memiliki motif dan tujuan yaitu untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian yang akan datang, untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi di masa depan, adapun untuk mengakumulasikan kekayaannya. Secara umum, terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi jumlah deposito *mudharabah*, yaitu faktor internal yang berasal dari dalam perusahaan dan faktor eksternal yang berasal dari luar perusahaan. Beberapa faktor internal yang memengaruhi jumlah deposito *mudharabah* ialah nisbah bagi hasil dan biaya promosi. Sedangkan salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi jumlah deposito *mudharabah* ialah Produk Domestik Bruto (PDB).

Tabel 1.2

Komposisi Nisbah Bagi Hasil, Biaya Promosi, PDB dan Jumlah Deposito Mudharabah pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

Tahun	Nisbah Bagi Hasil (%)	Biaya Promosi (Dalam Jutaan Rupiah)	PDB (Dalam Jutaan Rupiah)	Jumlah Deposito Mudharabah (Dalam Jutaan Rupiah)
2013	49,39	81.185,00	8.156.497.800,00	27.659.562,00
2014	51,13	55.512,00	8.564.866.600,00	31.815.909,00
2015	50,00	56.187,00	8.982.511.300,00	31.379.460,00
2016	49,00	59.583,00	9.433.034.400,00	33.231.270,00
2017	49,00	77.695,00	9.912.749.300,00	35.888.121,00
2018	46,88	83.078,00	10.425.459.900,00	39.431.220,00

Sumber : PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dan Badan Pusat Statistik (BPS)

Pada tabel 1.2 menunjukkan nisbah bagi hasil pada tahun 2018 mengalami penurunan namun jumlah deposito *mudharabah* pada tahun 2018 mengalami peningkatan dari Rp35.888.121,00 menjadi Rp39.431.220,00.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Rizqiana di mana nisbah bagi hasil memiliki pengaruh terhadap deposito *mudharabah*.³ Sehingga, jika nisbah bagi hasil mengalami peningkatan maka jumlah deposito *mudharabah* juga mengalami peningkatan dan sebaliknya. Besarnya jumlah deposito *mudharabah* bank syariah sangat bergantung pada peran masyarakat sebagai deposan. Mengingat sebagian besar nasabah bank syariah juga merupakan nasabah bank konvensional, mereka cenderung memilih menempatkan dananya pada produk simpanan yang memberikan *return* yang lebih tinggi.

Adiwarman Karim membagi nasabah perbankan di Indonesia menjadi 3 segmen, yaitu:

1. *Syariah Loyalist Market*

Nasabah pada segmen ini adalah nasabah yang loyal terhadap prinsip syariah dan cenderung berdasarkan keyakinan atas prinsip syariah.

2. *Floating Market*

Nasabah pada segmen ini cenderung memilih bank yang memberikan *return* tinggi dan pelayanan terbaik, dan tidak akan memperhitungkan apakah syariah atau bukan.

3. *Konvensional Loyalist Market*

Nasabah pada segmen ini merupakan nasabah yang loyal terhadap perbankan konvensional.

Yang menarik dari ketiga segmen ini adalah *floating market* di mana mereka tetap menjadikan bank konvensional sebagai bank utama mereka. Sebagian besar dengan alasan kemudahan transaksi di bank konvensional. Meskipun saldo rata-rata mereka di bank syariah lebih kecil daripada

³ Rizqa Rizqiana, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Jumlah Dana Deposito Syariah Mudharabah yang Ada Pada Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta, 2010), h. 50.

rekening mereka di bank konvensional namun saldo rata-rata mereka di bank syariah secara signifikan lebih besar daripada saldo rata-rata *syariah loyalist market* yang hanya memiliki rekening di bank syariah.⁴ Dengan demikian, faktor nisbah bagi hasil sebagai *return* dari investasi yang dilakukan menjadi faktor yang sangat penting sebelum menempatkan dananya dalam produk deposito *mudharabah*.

Disamping faktor nisbah bagi hasil. 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 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.⁵ Dengan adanya promosi, maka sudah pasti bank syariah akan menganggarkan dananya untuk kegiatan promosi tersebut atau bisa disebut sebagai biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan bank syariah seharusnya akan lebih menarik nasabah untuk menginvestasikan dananya pada deposito *mudharabah*.

Pada tabel 1.2 biaya promosi dari tahun 2015-2018 mengalami peningkatan sedangkan jumlah deposito *mudharabah* pada tahun 2015 mengalami penurunan yaitu dari Rp31.815.909,00 menjadi Rp31.379.460,00. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rabihtul Addawiyah bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap deposito *mudharabah* bank syariah.⁶

⁴Adiwarman Karim, *Segmentasi Pasar Perbankan Syariah*, www.adiwarmankarim.com/index.php?option=com_content&view=article&id=171%3Asegmentasi-pasar-perbankan-syariah&catid=52%3Anewspaper&Itemid=90&lang=id, akses 14 Juli 2019.

⁵Nurul Aprilia Fransiska, *Strategi Promosi Bank Syariah*, <http://nurulapriliafransiskablogspot.co.id>, akses 21 April 2019.

⁶Rabihtul Addawiyah, *Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah*, (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta, 2016), h. 66.

Kemudian jumlah deposito *mudharabah* juga dipengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan teori Keynes, semakin besar jumlah pendapatan yang diterima oleh suatu masyarakat, maka semakin besar pula jumlah tabungan yang akan dilakukan olehnya. Hal ini, disebabkan karena tabungan merupakan sisa pendapatan yang tidak dibelanjakan oleh konsumen. PDB sebagai salah satu indikator tingkat pendapatan masyarakat ikut memengaruhi jumlah deposito *mudharabah* bank syariah.

Pada tabel 1.2 Produk Domestik Bruto (PDB) mulai dari tahun 2013-2018 selalu mengalami kenaikan tiap tahunnya maka dapat saja masyarakat cenderung menyimpan dananya dikarenakan pendapatan mereka lebih tinggi daripada konsumsinya atau konsumsinya tetap. Namun jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan pada tahun 2015 yaitu dari Rp31.815.909,00 menjadi Rp31.379.460,00. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iim Hilman di mana PDB berpengaruh positif terhadap deposito *mudharabah*.⁷

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Deposito *Mudharabah* Pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk**”.

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah yang ditemui penulis adalah sebagai berikut :

1. Menurunnya nisbah bagi hasil pada bank syariah akan membuat nasabah yang cenderung menyimpan uangnya atas dasar keuntungan memindahkan uangnya di bank konvensional.
2. Menurunnya biaya promosi akan membuat masyarakat kurang mengetahui akan keberadaan dari produk yang dihasilkan bank syariah terkhusus produk penghimpunan dana.
3. Kenaikan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara menunjukkan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Peningkatan

⁷ Iim Hilman, *The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia*, (International Journal Of Business and Management Invention, vol 5, 2016), h. 66.

kesejahteraan masyarakat tentu akan diikuti dengan peningkatan keinginan masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank.

4. Tingkat suku bunga yang tinggi akan menyebabkan nasabah beralih menyimpan uangnya dari bank syariah ke bank konvensional karena kecenderungan nasabah menyimpan uang untuk mendapatkan keuntungan. Sehingga jumlah deposito *mudharabah* pada bank syariah mengalami penurunan.
5. Tingkat suku bunga yang ada pada bank konvensional juga dipengaruhi oleh inflasi. Semakin tinggi inflasi maka semakin tinggi suku bunga yang diharapkan akan diterima. Begitupun sebaliknya jika inflasi turun maka suku bunga turun sehingga orang akan lebih tertarik menandatangani dananya pada bank syariah dengan sistem bagi hasil.

C. Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penulisan dalam menganalisis maka penulis melakukan pembatasan masalah di mana faktor internal bank yang memengaruhi jumlah deposito *mudharabah* yaitu nisbah bagi hasil dan biaya promosi, sedangkan faktor eksternal pada sektor makroekonomi dibatasi pada Produk Domestik Bruto (PDB).

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah :

1. Apakah nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*?
3. Apakah PDB berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*?
4. Apakah nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB secara simultan berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh PDB terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB secara simultan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Bank Syariah Mandiri, penelitian ini sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan terhadap jumlah deposito *mudharabah* guna mewujudkan tujuan dan kelangsungan hidup bagi perusahaan.
- b. Bagi penulis, sebagai sarana belajar dan masukan bagi penulis dalam mengaplikasikan berbagai teori yang telah dipelajari terhadap kasus nyata yang relevan di perusahaan.
- c. Bagi fakultas, sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan riset penelitian berkaitan pengaruh nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB terhadap jumlah deposito *mudharabah*

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Bank Syariah

1. Defenisi

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan / perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis Nabi Shalallahu 'Alaihi Wasallam atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usahanya pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah a) bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam; b) adalah bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.⁸

Menurut Schaik, bank islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama islam, menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya. Sudarsono menemukan, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa

⁸ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), h. 2.

lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun definisi bank syariah menurut Muhammad adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah islam.⁹

Kemudian, penulis dapat menarik kesimpulan dari seluruh pendapat para ahli bahwa bank syariah merupakan badan usaha yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi di mana melakukan penghimpunan dana dan menyalurkan dana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Jenis-Jenis Bank Syariah

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

- a. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.
- b. Unit Usaha Syariah yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang

⁹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 16.

berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/ atau unit syariah. UUS berada satu tingkat di bawah direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa.

- c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas, BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/ atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.¹⁰

3. Fungsi Bank Syariah

Adapun fungsi bank syariah dan unit usaha syariah yaitu:¹¹

- a. Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelolaan zakat. Yang dimaksud “Dana sosial lainnya”, adalah penerimaan bank yang berasal dari pengenaan sanksi terhadap nasabah (*ta'zir*). Syaratnya, nasabah tersebut adalah nasabah yang mampu tetapi menunda pembayaran dengan sengaja. Dana tersebut tidak dimasukkan sebagai pendapatan pada bank syariah.
- c. Menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

B. Deposito *Mudharabah*

1. Pengertian *Mudharabah*

Menurut Adiwarman Karim, akad *mudharabah* adalah bentuk kontrak antara dua pihak di mana salah satu pihak sebagai pemilik modal dan

¹⁰ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 59.

¹¹ Khotibul Umam dan Veri Antoni, *Corporate Action Pembentukan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press), h. 2

dipercayakan sejumlah modalnya untuk dikelola oleh pihak kedua.¹² *Mudharabah* yakni pelaksanaan usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan untung. *Mudharabah* disebut juga dengan *qiradh* atau *muqarabah*, makna keduanya sama. *Mudharabah* adalah istilah yang digunakan oleh bangsa Irak, sedangkan *qiradh* digunakan oleh masyarakat Hijaz.

2. Rukun *Mudharabah*

Rukun-rukun yang harus ada dalam akad *mudharabah* adalah:¹³

a. Pelaku

Dalam akad *mudharabah* harus ada minimal dua pelaku. Pihak pertama sebagai pemilik modal (*shahib al-mal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib* atau *'amil*). Tanpa dua pelaku ini, maka akad *mudharabah* tidak ada.

b. Objek *Mudharabah*

Objek *mudharabah* merupakan konsekuensi logis dari tindakan yang dilakukan oleh para pelaku pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai bentuk objek *mudharabah*. Modal yang diserahkan bisa bentuk uang atau barang yang dirinci berapa uangnya. Sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, keterampilan, *selling skill*, *management skill*, dan lain-lain. Tanpa objek ini akad *mudharabah* pun tidak akan ada.

c. Persetujuan Kedua Belah Pihak

Persetujuan kedua belah pihak merupakan konsekuensi prinsip *antaraddin minkum* (sama-sama rela). Di sini kedua belah pihak harus rela bersepakat untuk mengikat diri dalam akad *mudharabah*. Si pemilik dana setuju dengan perannya untuk mengkontribusikan dana, sementara si pelaksana usaha setuju dengan perannya untuk mengkontribusikan kerja.

¹²Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, edisi 4 cetakan 7, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 205.

¹³*Ibid.*

d. Nisbah Keuntungan

Faktor ini merupakan rukun yang khas dalam akad *mudharabah* yang tidak ada dalam jual beli. Nisbah mencerminkan imbalan yang di terima oleh pihak yang *bermudharabah*. *Mudharib* mendapatkan imbalan atas penyertaan modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.

3. Pengertian Deposito

Menurut Andri Soemitra, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.¹⁴

Menurut M. Nur Rianto Al Arif, deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu dan bagi hasilnya lebih tinggi dari pada tabungan.¹⁵

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 2 tentang Perbankan Syariah, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.¹⁶

Artinya jika nasabah deposan menyimpan uangnya untuk jangka waktu tiga bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh tempo.¹⁷

¹⁴ Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, h. 72.

¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 35.

¹⁶ IKAPI, *Himpunan Perundang-undangan tentang Ekonomi Islam*, (Jakarta: Referensi, 2012), h. 6.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa deposito adalah simpanan dengan ketentuan tertentu dan dalam penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai kesepakatan yang telah ditentukan oleh nasabah dan bank.

4. Deposito Syariah

Deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*.¹⁸

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak pemilik dana, terdapat 2 (dua) bentuk *mudharabah*, yakni:¹⁹

a. *Mudharabah Mutlaqah (Unrestricted Investment Account, URIA)*

Dalam deposito *mudharabah mutlaqah (URIA)*, pemilik dana tidak memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara maupun objek investasinya. Dengan kata lain, bank syariah mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana URIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

75 ¹⁷ Kas mir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:PT. Rajawali Pers, 2012), h.

¹⁸Karim, *Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, h. 351.

¹⁹ *Ibid.*, h. 109.

Ketentuan umum dalam produk ini adalah:

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan/atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- 2) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.

b. *Mudharabah Muqayyadah (Restricted Investment Account, RIA)*

Berbeda halnya dengan deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA), dalam deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA), pemilik dana memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara, maupun objek investasinya. Dengan kata lain, bank syariah tidak mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana RIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

Mudharabah RIA ini ada dua jenis, yaitu:

1) *Mudharabah RIA On Balance Sheet*

Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.

Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a) Pemilik dana wajib menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank dan wajib membuat akad

yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

- b) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan/atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- c) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana ini dari rekening lainnya.
- d) Untuk deposito *mudharabah*, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.

2) *Mudharabah RIA off Balance Sheet*

Jenis *mudharabah* ini merupakan penyaluran dana *mudharabah* langsung kepada pelaksana usahanya, di mana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaku usaha).

Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos tersendiri dalam rekening administratif.
- b) Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.

- c) Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.

5. Landasan Hukum Deposito *Mudharabah*

Landasan hukum deposito *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- a. Al-Qur'an Surah *Al Muzammil* (73):20

إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِن ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ
 وَطَائِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ عَلِمَ أَن لَّنْ
 نُحِصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ عَلِمَ أَن
 سَيَكُونُ مِنكُم مَّرْضَىٰ وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ
 مِن فَضْلِ اللَّهِ وَآخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ
 مِنْهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا
 وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ
 أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٢٠﴾

Artinya:

“*Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah*

*pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.*²⁰

Tafsir Ibnu Katsir tentang surah *Al Muzammil* (73):20 yang membahas tentang mudharabah

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

“Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah.”

Maksud dari potongan ayat ini adalah orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan di muka bumi karena mencari sebagian dari karunia Allah dengan bekerja dan berdagang.²¹

b. Sunnah

عَنْ سُهَيْبِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
ثَلَاثَ فَيَهِنَّ الْبُرْكَهُ : أَلْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ
بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

Artinya:

Dari Suhaib ra. bahwa Rasulullah SAW bersabda: “tiga perkara didalamnya terdapat keberkatan (1) menjual dengan pembayaran secara kredit (2) muqaradhah (nama lain dari mudharabah) (3)

²⁰ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung: Hilal, 2010), h. 575.

²¹ Muhammad Nasib Ar-Rifai, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), h. 636.

mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan bukan untuk dijual”. (HR. Ibn Majah)²²

Diriwayatkan oleh Ibn Abbas bahwasanya Sayyidina Abbas jikalau memberikan dana ke mitra usahanya secara *mudharabah*, ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau memberi ternak yang berparu-paru basah, jikalau menyalahi peraturan maka yang bersangkutan bertanggungjawab atas dana tersebut. Disampaikannyalah syarat-syarat tersebut ke Rasulullah SAW. dan dia pun memperkenankannya.²³

Dalam *sirah nabawiyah*, Rasulullah SAW lebih lama berdagang dibandingkan menjadi Rasul yaitu selama 32 tahun sedangkan menjadi Rasul selama 23 tahun. Berdagang dengan sistem bagi hasil jauh sebelumnya telah dilakukan oleh Rasulullah SAW di mana Rasulullah SAW menjadi pengelola modal (*mudharib*) dari modal yang di berikan Khadijah untuk berdagang ke negeri Syam.²⁴ Hal ini menunjukkan bahwa Rasulullah SAW menganjurkan umatnya untuk berdagang,

C. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Dana Pihak Ketiga (Deposito)

Menurut Hasibuan, dana-dana asing bank bersumber dari pihak ketiga yang diterima bank baik berupa tabungan, deposito, giro. Besarnya dana pihak ketiga dipengaruhi beberapa faktor-faktor berikut:²⁵

²² Abdullah Shonhaji, *Terjemah Sunan Ibnu Majah*, (Semarang: CV Asy Syifa', 1993), Jilid IV, h.122.

²³ Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: PT. Veresia Grafika, 1992), h.20.

²⁴ Shafiyurrahman Al-Mubarakfuri, *Ar-Rahiq al-Makhtum: Sirah Nabawiyah*, terj. Faris Kahirul Anam, (Jakarta: Qisthi Press, 2014), h. 72.

²⁵ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 71.

1. Kepercayaan masyarakat

Kepercayaan diartikan penabung percaya bahwa uang dan bunga tabungannya dapat ditarik kembali dari bank sesuai dengan perjanjian. Oleh karena itu, bagi bank yang telah menjadi peserta penjaminan LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk menyimpan uangnya di bank sehingga tidak ragu untuk menyimpan uang lebih banyak dari sebelumnya kepada bank.

2. Area operasional bank atau lokasi bank

Lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk bank. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin ATM. Penentuan lokasi bank yang tepat maka dapat meningkatkan DPK, seperti lokasi ATM yang berada dekat dengan pasar. Dengan penentuan lokasi seperti ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank tersebut karena adanya kemudahan transaksi di mana ditandai dengan lokasi ATM yang berdekatan dengan pasar.

3. Kemudahan pencairan tabungan

Kemudahan pencairan tabungan misalnya ATM atau *credit card* maka kemudahan akan merangsang pemilik modal untuk menabungkan uangnya di bank tersebut.

4. Tingkat suku bunga

Bunga adalah jaminan pendapatan yang diterima penabung dari hasil tabungannya, besarnya adalah selisih antara jumlah yang dikembalikan bank dengan tabungannya. Bunga tidak diterapkan dalam bank syariah karena mengandung riba sehingga bank syariah menerapkan sistem bagi hasil yang keuntungan dan kerugian ditanggung bersama-sama antara *shahibul maal* dan *mudharib*.

Tingkat suku bunga tidak berpengaruh secara langsung terhadap DPK bank syariah. Namun hal ini menyebabkan bank syariah berusaha

menyesuaikan nisbah bagi hasilnya dengan *equivalent rate* untuk menjaga DPK.²⁶ Sehingga nasabah tidak mengalihkan dananya ke bank konvensional.

5. Sarana-sarana penabungan

Pemimpin bank harus kreatif dan inovatif menciptakan beraneka ragam sarana penabungan. Karena semakin banyak penabung, semakin banyak pilihan masyarakat untuk menabung uangnya pada bank yang bersangkutan, seperti ATM, *mobile banking*, dan lain-lain. Dengan adanya sarana ini maka dapat meningkatkan DPK karena nasabah merasa puas dengan pelayanan bank di mana tanpa harus pergi ke bank sudah dapat melakukan berbagai macam transaksi seperti transfer, pembayaran, pembelian, dan lain-lain.

6. Promosi dan hadiah-hadiah

Promosi dan hadiah yang diberikan bank kepada para penabung hendaknya efektif untuk menarik tabungan yang lebih banyak. Pimpinan bank hendaknya mempunyai kiat-kiat andal dalam mempromosikan produknya supaya masyarakat terdorong untuk menabungkan uangnya pada bank tersebut. Jika promosi dilakukan dengan intensitas yang tinggi atau waktu promosi dilakukan secara berulang-ulang dan tepat sasaran maka masyarakat akan menjadi penasaran dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

7. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan mengacu pada total aktiva. Total aktiva/aset adalah harta yang dimiliki perusahaan yang berperan penting dalam kegiatan operasional. Jika bank memiliki ukuran yang besar, artinya bank tersebut memiliki modal dan total asset yang besar pula. Dengan begitu, bank tersebut memiliki cukup persiapan untuk menghadapi roda perekonomian yang tidak stabil di Indonesia. Sehingga nasabah merasa

²⁶ Muhammad Ikhsan Harahap dan Rahmat Daim Harahap, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Aset BPRS*. (Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, vol 5, 2019), h. 80.

aman untuk menginvestasikan dananya di bank tersebut karena kemungkinan bank mengalami bangkrut kecil.

D. Nisbah Bagi Hasil

1. Pengertian Nisbah Bagi Hasil

Nisbah merupakan persentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha (*mudharabah* dan *musyarakah*) yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor. Nisbah bagi hasil merupakan nisbah di mana para nasabah mendapatkan hak atas laba yang disisihkan kepada deposito mereka karena deposito masing-masing dipergunakan oleh bank dengan menguntungkan. Nisbah ialah pembagian keuntungan yang ditetapkan pada awal akad yang terbentuk dalam presentasi yang disepakati oleh kedua belah pihak yakni pihak bank dan pihak nasabah.²⁷ Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil. Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil. Karakteristik nisbah akan berbeda-beda dilihat dari beberapa segi antara lain:²⁸

- a. Persentase nisbah antar bank syariah akan berbeda, hal ini tergantung pada kebijakan masing-masing bank syariah.
- b. Persentase nisbah akan berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun. Misalnya, nisbah antara tabungan dan deposito akan berbeda.
- c. Jangka waktu investasi *mudharabah* akan berpengaruh pada besarnya persentase nisbah bagi hasil. Misalnya, nisbah untuk deposito berjangka dengan jangka waktu satu bulan akan berbeda dengan deposito berjangka dengan jangka waktu tiga bulan dan seterusnya.

²⁷ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Bank Islam*, (Bandung: Pustaka, Cet. Ke-1, 1984), h. 140.

²⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN, 2011), h.121

2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Bagi Hasil

Faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil adalah sebagai berikut:²⁹

a. *Investment Rate*

Merupakan persentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik ke dalam pembiayaan maupun penyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia, bahwa sejumlah persentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum (GWM) untuk menjaga likuiditas bank syariah. Giro wajib minimum (GWM) merupakan dana yang wajib dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung likuiditas bank.

b. Total Dana Investasi

Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah akan memengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi *mudharabah* dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimum bulanan atau saldo bulanan. Saldo minimum bulanan merupakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan. Saldo minimal akan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil.

c. Jenis Dana

Investasi *mudharabah* dalam penghimpunan dana dapat ditawarkan dalam beberapa jenis yakni: tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan sertifikat investasi *mudharabah* antar bank (SIMA). Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil.

d. Nisbah

Nisbah merupakan persentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor.

²⁹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 96.

e. Metode Perhitungan Bagi Hasil

Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungannya, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep *revenue sharing* dan bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep *profit/loss sharing*. Bagi hasil dengan menggunakan *revenue sharing*, yaitu dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya dan penyusutan tidak berpengaruh pada bagi hasil. Sedangkan bagi hasil dengan menggunakan metode *profit/loss sharing*, dihitung berdasarkan persentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.

f. Kebijakan Akuntansi

Salah satu kebijakan akuntansi yang akan memengaruhi bagi hasil adalah penyusutan. Penyusutan akan berpengaruh pada laba usaha bank syariah. Apabila bagi hasil menggunakan metode *profit/loss sharing*, maka penyusutan akan berpengaruh pada bagi hasil. Akan tetapi apabila menggunakan *revenue sharing* maka penyusutan tidak berpengaruh pada bagi hasil.

Berdasarkan faktor-faktor di atas maka dapat diketahui bahwasanya besarnya bagi hasil untuk setiap produk atau bahkan untuk setiap perbankan syariah itu tidak sama, dikarenakan setiap adanya perbedaan yang ada pada masing-masing unsur tersebut menjadikan hasil yang berbeda pula.

3. Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil

Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem yaitu sebagai berikut :

a. *Profit Sharing*

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. *Profit* secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total cost*). Di dalam istilah lain *profit sharing* adalah perhitungan

bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*entrepreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, di mana di antara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.³⁰

b. *Revenue Sharing*

Pada *revenue sharing* (bagi pendapatan), perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada pendapatan usaha tanpa dikurangi beban usaha. Misalnya, pendapatan usaha Rp1.000,00 dan beban usaha Rp700,00 maka dasar untuk menentukan bagi hasil adalah pendapatan yang Rp1.000,00 tanpa harus dikurangi beban.

Kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat suku bunga pasar yang berlaku. Kondisi ini akan memengaruhi para pemilik dana untuk mengarahkan investasinya kepada bank syariah yang nyatanya justru mampu memberikan hasil yang optimal, sehingga akan berdampak kepada peningkatan total dana pihak ketiga dengan cepat dan harus mampu diimbangi dengan penyalurannya dalam berbagai bentuk produk aset yang menarik.

Dilihat dari segi kemaslahatan (*al-ashlah*), saat ini, pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip bagi hasil (*revenue sharing*).

³⁰ Fahmi Medias, *Ekobomi Mikro Islam*, (Magelang: Unimma Press, 2018), h. 145.

Hal ini sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 15/DSN-MUI/IX/2000 tentang Prinsip Distribusi Hasil Usaha dalam Lembaga Keuangan Syariah. Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang dipilih tersebut harus disepakati dalam akad.³¹

4. Sistem Perhitungan Bagi Hasil

Adapun perhitungan bagi hasil deposito yang diterima nasabah sebelum pajak dan zakat adalah sebagai berikut :³²

$$\frac{\text{nominal deposito}}{\text{saldo rata – rata seluruh deposito}} \times \text{bagi hasil} \times \text{nisbah}$$

Contoh perhitungan bagi hasil :

Deposito ibu Fitri Rp 10 juta berjangka 1 bulan. Perbandingan nisbah bank dan nasabah adalah 48% : 52%. Total saldo semua depositan (1 bulan) adalah Rp 200 milyar dan bagi hasil yang dibagikan adalah Rp 3 milyar. Bagi hasil yang didapat ibu Fitri adalah :

$$\frac{Rp10.000.000,00}{Rp200.000.000.000,00} \times Rp3.000.000.000,00 \times 52\% = Rp78.000,00 \text{ (sebelum dipotong pajak)}$$

E. Biaya Promosi

1. Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi adalah bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh Wajib Pajak dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.³³

³¹ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah!*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 47.

³² Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani. 2001), h. 159.

³³ Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta, *Peraturan Pajak*, <http://kanwiljogja.pajak.go.id/ppajak.php?id=14440>, akses 21 April 2019.

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan memengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.³⁴

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.³⁵

2. Tujuan Promosi

Tujuan melakukan promosi adalah sebagai berikut:³⁶

- a. Ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- b. Ingin meningkatkan penjualan.
- c. Agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik/*bonafide*.
- d. Ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan/ produk jasa terhadap saingan.

Dengan alasan-alasan seperti di atas, tujuan promosi dirumuskan oleh suatu perusahaan. Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi dua, yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama naik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk) dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan/penyempurnaan produk).

³⁴ Aqwa Naser Daulay dan M. Lathief Ilhamy, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Cetakan 1 (Medan: Febi Uinsu Press, 2016), h. 88.

³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 155-156.

³⁶ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2014), h. 95.

3. Jenis-Jenis Promosi

Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah sebagai berikut :

a. Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- 1) Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalam strategis.
- 2) Percetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- 3) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- 4) Melalui Koran.
- 5) Melalui majalah.
- 6) Melalui televisi.
- 7) Melalui radio.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut

- 1) Identifikasikan pasar sasaran dan motif pembeli.
- 2) Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- 3) Anggaran iklan yang ditetapkan.
- 4) Merancang pesan yang akan disampaikan.
- 5) Memilih media yang akan digunakan.
- 6) Mengukur dampak dari iklan.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:

- 1) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk atau di mana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya. Iklan juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru, atau penggunaan teknologi baru.
- 2) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan. Biasanya karena banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan agar nasabah kita tidak beralih ke bank lain.
- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah. Diharapkan mereka mencoba untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan atau paling tidak mereka sudah mengerti tentang kehadiran produk.
- 4) Memengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan. Dalam hal ini sasarannya adalah nasabah yang sudah mengerti dan sudah menjadi nasabah kita. Diharapkan nasabah bank lain juga ikut terpengaruh dengan peringatan kita.
- 5) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

b. Promosi Penjualan

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi

penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin

Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau *sample* produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan 3 manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

- 1) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli.
- 2) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- 3) Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasi pembelian.

Bagi bank program promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- 1) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 2) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

Sama seperti halnya dengan iklan, promosi penjualan juga memiliki program tersendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu:

- 1) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, *sample* produk, atau bentuk undian.
- 2) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- 3) Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan.

c. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui :

- 1) Hubungan pers yaitu untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik perhatian *public* terhadap seseorang, produk atau jasa.
- 2) Publisitas produk yaitu usaha untuk mempublikasikan produk tersebut secara khusus, misalkan menggelar acara launching produk baru perbankan.
- 3) Komunikasi perusahaan yaitu mencakup komunikasi intern ataupun ekstern dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.
- 4) *Lobbying* yaitu kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.
- 5) Bimbingan yaitu pemberian nasihat kepada manajemen tentang persoalan-persoalan kemasyarakatan mengenai posisi perusahaan maupun citra perusahaan.

d. Penjualan Pribadi

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam hingga pejabat bank. Penjualan pribadi juga dilakukan melalui perekrutan tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*.

Penjualan pribadi akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain :

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
- 3) Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argument.
- 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- 5) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi baik.

4. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Dalam Pelaksanaan Promosi

Faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan promosi sebagai berikut

.³⁷

a. Dana yang tersedia

Suatu perusahaan dengan dana cukup, dapat membuat program periklanan lebih berhasil guna daripada perusahaan dengan sumber dana yang terbatas. Dan bagi perusahaan kecil atau yang keuangannya lemah akan lebih mengandalkan periklanan daripada penggunaan *personal selling*.

b. Sifat pasar

Beberapa sifat pasar yang memengaruhi *promotion mix* ini meliputi :

1) Luas geografis pasaran

Suatu perusahaan yang mempunyai pasar lokal, mungkin sudah menggunakan *personal selling* saja, tetapi bagi perusahaan

³⁷ Ahmad Subagyo, *Marketing in Business*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010), h. 164

yang mempunyai pasar nasional tidak harus menggunakan periklanan.

2) Jenis Pelanggan

Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh jenis sasaran yang hendak dicapai perusahaan, apakah pemakai industri pelanggan rumah tangga atau perantara. Di mana program promosi yang diarahkan kepada pengecer, tentunya akan menampilkan lebih banyak *personal selling* daripada dalam program yang diarahkan ke konsumen.

3) Konsentrasi Pasar

Di sini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah jumlah keseluruhan calon pembeli, di mana makin sedikit calon pembeli makin efektif *personal selling* dibanding dengan periklanan.

c. Sifat Produk

Sifat perusahaan akan memerlukan strategi promosi yang berbeda, antara produk konsumsi dan produk industri. Dalam mempromosikan barang konsumsi juga bermacam-macam seperti barang *convinien*, *shoping* atau barang *special*. Di mana perusahaan yang memasarkan barang *convinien*, biasanya akan mengandalkan periklanan. Sedangkan strategi promosi untuk barang industri seperti: instalasi atau barang industri yang berharga cukup tinggi biasanya menggunakan *personal selling*.

d. Tahap dalam daur hidup produk

Daur kehidupan suatu produk terdiri dari 4 tahap yaitu:

- 1) *Introduction* atau tahap pengenalan.
- 2) *Growth* atau tahap pertumbuhan.
- 3) *Maturity* atau tahap kedewasaan.
- 4) *Decline* atau tahap penurunan.

Pada tahap pengenalan, perusahaan memperkenalkan produk baru atau pada saat memasuki daerah pemasaran yang baru, biasanya

kegiatan *promotion* harus lebih ditonjolkan untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Pada tahap pertumbuhan di mana para pelanggan mulai menyadari faedah produk dan kegiatan penjualan mulai meningkat dengan pesat maka kegiatan promosi adalah untuk menstimulasi permintaan selektif terhadap merek tertentu dan lebih menekankan pada pentingnya periklanan.

Pada tahap kedewasaan periklanan hanya digunakan sebagai alat imbauan/ bujukan, bukan sekedar informasi saja. Tahap kedewasaan yang ditandai dengan persaingan sangat tajam, mengharuskan perusahaan menyediakan dana yang lebih besar untuk membiayai kegiatan promosi.

Pada tahap penurunan di mana situasi pasar ditandai dengan menurunnya tingkat penjualan dan laba, maka semua kegiatan promosi harus dikurangi, kecuali jika hendak menghidupkan kembali produk tersebut dari pasar.

F. Produk Domestik Bruto (PDB)

1. Pengertian PDB

Di dalam sesuatu perekonomian, di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang, barang dan jasa diproduksi bukan saja oleh perusahaan milik penduduk negara tersebut tetapi oleh penduduk negara lain. Selalu didapati produk nasional diciptakan oleh faktor-faktor produksi yang berasal dari luar negeri. Perusahaan multinasional beroperasi di berbagai negara dan membantu menaikkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh negara-negara tersebut. Perusahaan multinasional tersebut menyediakan modal, teknologi dan tenaga ahli kepada negara di mana perusahaan itu beroperasi. Operasinya membantu menambah barang dan jasa yang diproduksi di dalam negara, menambah penggunaan tenaga kerja dan pendapatan dan sering kali juga membantu menambah ekspor. Operasi mereka merupakan bagian yang cukup penting dalam

kegiatan ekonomi suatu negara dan nilai produksi yang disumbangkannya perlu dihitung dalam pendapatan nasional.

Dengan demikian, Produk Domestik Bruto atau dalam istilah inggrisnya *Gross Domestic Product* (GDP), adalah nilai barang dan jasa dalam suatu negara yang diproduksi oleh faktor-faktor produksi milik warga negara tersebut dan negara asing.³⁸

2. Pendekatan Perhitungan PDB

Ada tiga pendekatan perhitungan Produk Domestik Bruto adalah sebagai berikut:³⁹

a. Pendekatan Produksi

Dalam metode ini dijelaskan bahwa perhitungan PDB dihitung dari penjumlahan seluruh hasil produksi suatu produk baik barang maupun jasa yang dihasilkan atau diperoleh dari seluruh pelaku kegiatan ekonomi yang ada dalam satu negara serta dalam satu periode ekonomi tertentu kurang lebih tiap tahun sekali. Cara menghitung PDB yaitu dengan mengalikan jumlah seluruh produk baik barang ataupun jasa yang telah dihasilkan atau diproduksi dalam kurun waktu satu tahun dengan harga satuan tiap produknya bisa berbentuk barang maupun jasa. Misalkan dalam setahun itu produk baik barang maupun jasa yang bisa diproduksi berjumlah seribu produk, maka hal tersebut harus dikalikan dengan harga satuan yang mereka miliki untuk mendapatkan jumlah atau besarnya PDB dalam negara tersebut dalam satu tahunnya.

Hal ini dirumuskan dengan :

$$PDB = \{(P1 \times Q1) + (P2 \times Q2) + (P3 \times Q3) + \dots + (Pn \times Qn)\}$$

³⁸Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 35.

³⁹ *Ibid.*, h. 113.

Keterangan :

PDB = Produk Domestik bruto

P = Jumlah produk yang diproduksi

Q = Harga satuan suatu produk

Dalam perhitungan PDB dengan pendekatan produksi ini ada satu hal penting yang harus diingat yaitu jangan sampai melakukan penjumlahan berulang (*multiple accounting*) terhadap suatu produk baik barang maupun jasa. Oleh sebab itulah aspek yang harus dijumlahkan dalam perhitungan yakni nilai tambah (*value added*) suatu produk baik barang maupun jasa, bukan dilihat dari nilai akhirnya. Untuk lebih jelasnya kita akan memberikan beberapa contoh, antara lain :

Harga per unit kapas Rp10.000,00, harga benang Rp15.000,00 /unit, harga kain Rp20.000,00 /unit, dan harga baju koko Rp40.000,00. maka besarnya nilai akhir dan nilai tambah dari benda-benda ini yaitu nilai akhir sebesar Rp85.000,00 dan nilai tambahnya sebesar Rp40.000,00. Jadi yang dimasukkan ke dalam hitungan pendapatan nasional adalah nilai tambah yang berjumlah Rp40.000,00 bukan nilai akhir yang berjumlah Rp85.000,00, karena jika nilai akhirnya yang dimasukkan ke dalam hitungan maka kita akan melakukan kesalahan berupa pengulangan penjumlahan. Hal ini harus dihindari karena nilai akhir baju koko terdapat nilai akhir dari kain, dan dalam nilai akhir kain terdapat nilai akhir benang serta dalam nilai akhir benang terdapat nilai akhir kapas, inilah yang disebut penjumlahan berulang.

b. Pendekatan pengeluaran

Metode kedua untuk perhitungan PDB adalah metode pendekatan pengeluaran. Sesuai dengan namanya, metode ini menghitung PDB dengan menjumlahkan seluruh pos pengeluaran yang dipakai untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik yang berupa barang maupun jasa yang dilakukan oleh seluruh pelaku kegiatan ekonomi,

mulai dari ruang lingkup besar hingga kecil, yakni rumah tangga konsumen, pemerintah, rumah tangga produksi (perusahaan), serta sektor luar negeri yang ada, dan hal ini terjadi dan dihitung pada periode ekonomi tertentu yang biasanya berlangsung selama satu tahun.

Cara menghitung PDB dengan metode ini dirumuskan sebagai berikut :

$$PDB = C + I + G + (X-M)$$

Keterangan :

PDB = Produk Domestik Bruto

C = Konsumsi rumah tangga

I = Investasi perusahaan

G = Pengeluaran yang dilakukan pemerintah (baik konsumsi dan investasi)

(X-M) = Ekspor neto (selisih antara nilai ekspor dengan nilai impor)

c. Pendekatan pendapatan

Metode terakhir yang digunakan dalam perhitungan PDB adalah metode pendekatan pendapatan, metode ini berfokus pada pendapatan dari semua pelaku ekonomi atau pihak yang bersangkutan. Untuk mencari jumlah atau besarnya PDB pada metode ini menggunakan rumus penjumlahan seluruh pendapatan atau pemasukan yang diterima dan didapat oleh semua pelaku ekonomi dari hasil penyediaan dan pengadaan segala produk baik barang maupun jasa. Sama seperti metode lainnya periode atau kurun waktu yang digunakan adalah kurang lebih satu tahun. Dalam hal ini pendapatan bisa berupa upah atau gaji, sewa, bunga, keuntungan dan lain sebagainya yang penting merupakan pemasukan.

Perhitungan PDB disini dirumuskan dengan

$$PDB = W + r + i + P$$

Keterangan :

PDB = Produk Domestik Bruto

W = *wage* (gaji atau upah), hal ini merupakan pemasukan yang diterima oleh pemilik faktor tenaga kerja

r = *rent* (sewa) merupakan salah satu bentuk pemasukan yang diperoleh oleh pemilik faktor produksi berupa tanah, gedung, harta dan lainnya.

i = *interest* (bunga) merupakan bentuk pemasukan yang diperoleh oleh pemilik faktor produksi yang berupa modal

P = *profit* (keuntungan) adalah pendapatan atau pemasukan yang diterima oleh pemilik faktor produksi kewirausahaan.

3. Manfaat Perhitungan PDB

Manfaat perhitungan PDB (produk domestik bruto) sebagai berikut:⁴⁰

a. Menganalisis tingkat kemakmuran suatu negara

Cara perhitungannya dengan membagi dengan jumlah penduduk. Angka tersebut dilakukan sebagai angka PDB perkapita. Kelemahan dari pendekatan di atas adalah tidak terlalu memerhatikan aspek distribusi pendapatan. Akibatnya angka PDB perkapita kurang memberikan gambaran yang lebih rinci tentang kondisi kemakmuran suatu negara. Faktor utama gejala ini adalah masalah distribusi pendapatan.

b. Menganalisis tingkat kesejahteraan sosial suatu masyarakat

Ukuran tingkat kesejahteraan yang dipakai adalah tingkat pendidikan, kesehatan dan gizi, kebebasan memilih pekerjaan dan jaminan masa depan yang baik. “Semakin tinggi PDB perkapita maka

⁴⁰ Prathama Rahardja dan Manurung, *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar*, Edisi Keempat, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), h. 28.

daya beli masyarakat, kesempatan kerja serta masa depan perekonomian makin baik, sehingga gizi, kesehatan, pendidikan, kebebasan memilih pekerjaan dan masa depan, kondisinya makin meningkat”. Kesimpulannya bila peningkatan PDB perkapita disertai perbaikan distribusi pendapatan.

c. Mencerminkan tingkat produktivitas suatu negara

Untuk memperoleh perbandingan produktivitas antarnegara, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:

- 1) Jumlah dan komposisi penduduk. “bila jumlah penduduk makin besar, komposisi sebagian besar adalah jumlah penduduk usia kerja (15-64 tahun) dan berpendidikan tinggi, maka tingkat output dan produktivitas dapat makin baik”.
- 2) Jumlah dan struktur kesempatan kerja.
- 3) Faktor-faktor non ekonomi.

d. Perhitungan PDB yaitu mencatat kegiatan-kegiatan ekonomi tak tercatat (*underground economy*)

Angka statistik PDB Indonesia yang dilaporkan Badan Pusat Statistik hanya mencatat kegiatan-kegiatan formal. Statistik PDB mencerminkan seluruh aktivitas perekonomian suatu negara.

4. Teori PDB

Keynes menyatakan tidak sependapat dengan kaum klasik yang beranggapan bahwa tingkat tabungan sepenuhnya ditentukan oleh tingkat bunga. Ia berpendapat bahwa besar kecilnya tingkat tabungan juga ditentukan oleh besar kecilnya tingkat pendapatan dan kecenderungan mengkonsumsi. Logikanya sederhana, perhatikan ilustrasi berikut :⁴¹

- a. Pada kondisi pertama katakanlah masyarakat memiliki uang sebanyak Rp100.000,00 dengan suku bunga sebesar 20% p.a.

⁴¹ Iskandar Putong dan Nuring Dyah Andjaswati, *Pengantar Ekonomi Makro*, Edisi 2, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010), h. 23.

- masyarakat tersebut akan menabungkan uangnya sebesar katakanlah Rp40.000,00 (sisa dari konsumsi sebesar Rp60.000,00).
- b. Kemudian suku bunga naik menjadi 40% p.a. maka dengan harapan mendapatkan keuntungan masyarakat mengurangi konsumsinya sebesar Rp20.000,00 sehingga uang yang ditabung menjadi sebesar Rp80.000,00.
 - c. Kondisi berikutnya suku bunga naik menjadi 70% p.a. dengan uang sebesar Rp100.000,00 karena ingin mendapatkan keuntungan yang besar maka masyarakat meniadakan konsumsinya sehingga uang yang ditabung sebesar Rp100.000,00.
 - d. Bila seandainya suku bunga naik menjadi 100%, dengan pendapatan tetap Rp100.000,00 apakah masyarakat dapat menabung uangnya menjadi Rp150.000,00? Tentu saja tidak bisa karena masyarakat hanya memiliki uang sebesar Rp100.000,00 dengan demikian berapapun suku bunga yang berada di atas 70%, masyarakat tidak mungkin menambah tingkat tabungannya.
 - e. Bila didasarkan pada kecenderungan mengkonsumsi, maka tentu saja meskipun tingkat suku bunga relatif konstan, namun kecenderungan konsumsi menurun dapat menyebabkan tabungan semakin tinggi.

Berdasarkan ilustrasi di atas maka wajarlah Keynes berpendapat bahwa yang menentukan besar kecilnya tingkat tabungan bukan saja suku bunga tetapi juga adalah tingkat pendapatan. Dengan kata lain bila pendapatan masyarakat naik maka tabungannya akan naik, sebaliknya bila pendapatan turun maka tabungannya akan turun (tentu saja syaratnya konsumsi haruslah tetap, atau kenaikan pendapatan lebih besar dari pada kenaikan konsumsi).

G. Kajian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi rujukan bagi landasan penelitian ini, antara lain:

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No.	Peneliti/Judul Penelitian	Variabel dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	M. Nur Rianto Al Arif dan Hanifah Determinan Deposito Pada Bank Umum Syariah: Metode Regresi Panel ⁴²	Variabel Dependen: Volume Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen: Rasio Efisiensi Operasional (BOPO), Ukuran Perusahaan, Tingkat Bagi Hasil, dan Tingkat Suku Bunga Rata-Rata Bank Umum Metode Penelitian : Regresi Panel	Tingkat profitabilitas (ROA), rasio efisiensi operasional (BOPO), ukuran perusahaan (nilai aset), dan tingkat bagi hasil memengaruhi volume deposito <i>mudharabah</i> bank syariah umum. Sedangkan tingkat suku bunga rata-rata bank umum tidak berpengaruh oleh volume deposito <i>mudharabah</i> .	Variabel Dependen: Volume Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen: Tingkat Bagi Hasil	Variabel Independen: Rasio Efisiensi Operasional (BOPO), Ukuran Perusahaan dan Tingkat Suku Bunga Rata-Rata Bank Umum Metode Penelitian : Regresi Panel

⁴² M. Nur Rianto Al Arif dan Hanifah, *Determinan Deposito Pada Bank Umum Syariah Metode Regresi Pane..* (Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, vol 10, no 2, 2017), h. 1.

2.	Rabiahtul Addawiyah Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR Terhadap Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> ⁴³	Variabel Dependen : Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen : Biaya Promosi, IHSG, Harga Emas, dan FDR Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda	IHSG, harga emas, dan biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap deposito <i>mudharabah</i> . FDR tidak berpengaruh terhadap deposito <i>mudharabah</i> .	Variabel Dependen : Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen : Biaya Promosi Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda	Variabel Independen : IHSG, Harga Emas, dan FDR
3.	Nila Juniarty, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Deposito <i>Mudharabah</i> Pada Bank	Variabel Dependen : Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen : Tingkat Bagi Hasil, Biaya Promosi, Tingkat Suku Bunga, Inflasi, FDR, dan Jumlah Kantor	Tingkat bagi hasil, biaya promosi dan jumlah kantor menunjukkan hasil yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap jumlah deposito <i>mudharabah</i> . Sedangkan tingkat suku bunga, inflasi	Variabel Dependen : Deposito <i>Mudharabah</i> Variabel Independen : Tingkat Bagi Hasil dan Biaya Promosi	Variabel Independen : Tingkat Suku Bunga, Inflasi, FDR, dan Jumlah Kantor

⁴³ Rabiahtul Addawiyah, *Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah*, (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta, 2016), h.6.

	Syariah di Indonesia ⁴⁴	Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda	dan FDR menunjukkan tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito <i>mudharabah</i> .	Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda	
4.	Iim Hilman <i>The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia</i> ⁴⁵	Variabel Dependen : Jumlah Deposito Mudharabah Variabel Independen : Tingkat Bagi Hasil, Tingkat Suku Bunga, Tingkat Pertumbuhan JII (Jakarta Islamic Index), dan PDB. Metode Penelitian : OLS (Ordinary Least Square)	Tingkat bagi hasil, tingkat pertumbuhan JII dan GDP berpengaruh positif terhadap jumlah deposito <i>mudharabah</i> . Sedangkan tingkat suku bunga berpengaruh negatif terhadap jumlah deposito <i>mudharabah</i> .	Variabel Dependen : Jumlah Deposito Mudharabah Variabel Independen : Tingkat Bagi Hasil dan PDB.	Variabel Independen : Tingkat Suku Bunga, Tingkat Pertumbuhan JII (Jakarta Islamic Index) Metode Penelitian : OLS (Ordinary Least Square)
5.	Dita Meylina dan Ade Sofyan Mulazid	Variabel Dependen : Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i>	PDB, jumlah bagi hasil, dan jumlah kantor memiliki pengaruh signifikan	Variabel Dependen : Jumlah Deposito	Variabel Independen : Jumlah Kantor

⁴⁴ Nila Juniarty, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri*, (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, vol 3, no 1, 2017), h.1.

⁴⁵ Iim Hilman, *The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia*, (International Journal Of Business and Management Invention, vol 5, 2016), h.1.

	Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Jumlah Bagi Hasil dan Jumlah Kantor terhadap Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2015 ⁴⁶	Variabel Independen : PDB, Jumlah Bagi Hasil dan Jumlah Kantor Metode Penelitian : Analisis Regresi Data Panel	terhadap jumlah deposito <i>mudharabah</i> .	<i>Mudharabah</i> Variabel Independen : PDB dan Jumlah Bagi Hasil	Metode Penelitian : Analisis Regresi Data Panel
6.	Rizqa Rizqiana Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> yang Ada Pada Bank Syariah Mandiri ⁴⁷	Variabel Dependen : Jumlah Dana Deposito Syariah Variabel Dependen : Nisbah Bagi Hasil Metode Penelitian : Analisis Regresi Sederhana	Adanya pengaruh antara nisbah bagi hasil terhadap jumlah dana deposan menunjukkan bahwa semakin besar nisbah bagi hasil, maka semakin besar kemungkinan bank memperoleh modal berupa dana pihak ketiga yaitu deposito.	Variabel Dependen : Jumlah Dana Deposito Syariah Variabel Dependen : Nisbah Bagi Hasil	Metode Penelitian : Analisis Regresi Sederhana

⁴⁶ Dita Meylina, *Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Jumlah Bagi Hasil dan Jumlah Kantor terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Bank Syariah di Indonesia Periode 2011 - 2015*, (Jurnal Ekonomi Islam, vol 8, no 2, 2017), h.1.

⁴⁷ Rizqa Rizqiana, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Jumlah Dana Deposito Syariah Mudharabah yang Ada Pada Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta, 2010), h. 5.

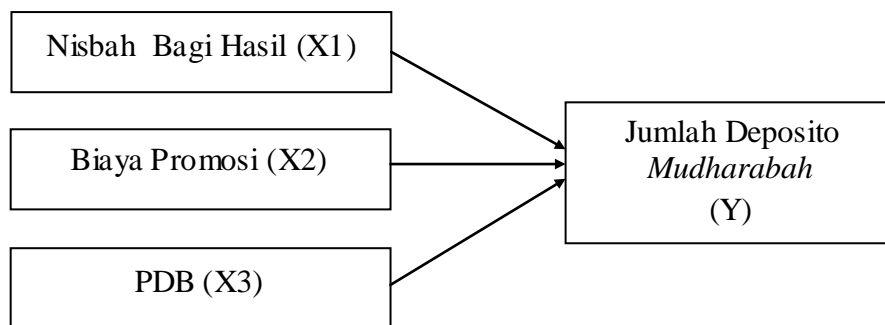
7.	Muhammad Ghofur Wibowo Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia ⁴⁸	Variabel Dependen: Jumlah Simpanan (Tabungan, Giro dan Deposito) Variabel Dependen: Tingkat Bagi Hasil, Tingkat Suku Bunga, dan GDP Metode Penelitian: Regresi Linier Berganda	Tingkat bagi hasil dan tingkat suku bunga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap simpanan <i>mudharabah</i> . Sedangkan GDP berpengaruh signifikan dan positif terhadap simpanan <i>mudharabah</i> .	Variabel Dependen: Tingkat Bagi Hasil dan GDP Metode Penelitian: Regresi Linier Berganda	Variabel Dependen: Jumlah Simpanan (Tabungan, Giro dan Deposito)
8.	Detha Alfrian Fajri, Zainul Arifin, dan Wilopo Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung ⁴⁹	Variabel Dependen: Keputusan Menabung Variabel Independen: Produk, Harga, Promosi, Proses, Orang, Bukti Fisik, dan Lokasi Metode Penelitian: Regresi Linier Berganda	Produk dan proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan harga, promosi, orang, bukti fisik dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.	Variabel Independen: Promosi Metode Penelitian: Regresi Linier Berganda	Variabel Dependen: Keputusan Menabung Variabel Independen: Produk, Harga, Proses, Orang, Bukti Fisik, dan Lokasi

⁴⁸ Muhammad Ghofur Wibowo, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia*, (Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, vol 2, 2004), h. 130.

⁴⁹ Detha Alfrian Fajri dkk, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung*, (Jurnal Administrasi Bisnis, vol 6, 2013), h. 1.

H. Kerangka Teoritis

Penelitian ini mengkaji pengaruh nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan Produk Domestik Bruto (PDB) terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Maka kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

Dari kerangka pemikiran di atas, dapat diuraikan bahwa semakin tinggi nisbah bagi hasil maka semakin tinggi pula jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan masyarakat dalam menempatkan dananya di bank syariah masih dipengaruhi oleh motif untuk mencari keuntungan melalui tingkat *return* yang ditawarkan. Sehingga faktor nisbah bagi hasil sebagai *return* dari investasi yang dilakukan menjadi faktor yang sangat penting bagi masyarakat sebelum menempatkan dananya.

Meningkatnya biaya promosi juga dapat meningkatkan jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan promosi dapat menginformasikan, mengingatkan, dan memengaruhi nasabah untuk membeli dan pada akhirnya akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya. Dengan adanya promosi, maka sudah pasti bank syariah akan menganggarkan dananya untuk kegiatan promosi tersebut atau disebut biaya promosi.

Kemudian semakin meningkat PDB maka semakin meningkat pula jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya karena pendapatan masyarakat mengalami peningkatan. Berdasarkan teori Keynes semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi pula simpanan masyarakat dengan syarat

pendapatan lebih besar dibandingkan konsumsi atau konsumsi tetap. PDB sebagai salah satu indikator tingkat pendapatan masyarakat ikut memengaruhi jumlah deposito *mudharabah*.

I. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan atau jawaban sementara yang masih perlu adanya pembuktian atas kebenaran.

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- Ho :Nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- H1 :Nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- Ho :Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- H2 :Biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- Ho :PDB (Produk Domestik Bruto) tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- H3 :PDB (Produk Domestik Bruto) berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- Ho :Nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB tidak berpengaruh secara simultan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.
- H4 :Nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB berpengaruh secara simultan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistik. Data yang diambil menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB (Produk Domestik Bruto). Untuk variabel dependen adalah jumlah deposito *mudharabah*.

Batasan pengambilan data dalam kurun waktu 6 tahun yaitu sejak tahun 2013-2018. Penelitian ini dilakukan dimulai dari pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan objek penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan sebuah objek penelitian. Lokasi yang diambil peneliti dengan data sekunder adalah PT Bank Syariah Mandiri, Tbk periode 2013-2018 dengan pertimbangan terdapat data-data yang cukup lengkap tentang permasalahan yang diteliti, yaitu laporan keuangan.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bulan Maret, proses pencarian data, buku rujukan, jurnal dan artikel sebagai bahan untuk penyusunan proposal.
2. Bulan April-Mei, proses penulisan dan penyusunan proposal.
3. Bulan Juni-Juli, proses pengumpulan dan pengolahan data yang akan diteliti.
4. Bulan Agustus, proses penulisan hasil penelitian

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁰

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Bank Syariah Mandiri, Tbk yang dipublikasikan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁵¹

Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pertriwulan PT Bank Syariah Mandiri, Tbk periode 2013-2018 (n=24).

D. Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka yang menunjukkan jumlah atau banyaknya sesuatu. Periode observasi yang dipilih adalah tahun 2013 -2018. Sehingga, penelitian ini menggunakan data *time series* untuk rentang waktu dalam pertriwulan. Berdasarkan sumber, data ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari hasil publikasi laporan keuangan Bank Syariah Mandiri dalam periode pertriwulan dan PDB triwulan dari Badan Pusat Statistik (BPS). Data sekunder ini diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara situs resmi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dan BPS.

⁵⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), h. 176.

⁵¹ *Ibid.*

E. Definisi Operasional

Dari penelitian ini yang menjadi variabel yang diteliti adalah :

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Skala
1.	Nisbah Bagi Hasil (X1)	Bentuk <i>return</i> (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap.	Dari laporan keuangan triwulan yang resmi pada Bank Syariah Mandiri yang telah ditentukan	Rasio
2.	Biaya Promosi (X2)	Biaya yang dikorbankan untuk memperkenalkan suatu produk bank syariah agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli.	Laporan keuangan triwulan yang resmi pada Bank Syariah Mandiri yang telah ditentukan	Nominal
3.	PDB (X3)	Laju pendapatan domestic bruto (PDB) yang disajikan dengan harga konstan.	Konsumsi+Investasi+Pengeluaran pemerintah+(ekspor-impor)	Nominal
4.	Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> (Y)	Jumlah dari simpanan yang hanya dapat ditarik dalam jangka waktu tertentu	Laporan keuangan triwulan yang resmi pada Bank Syariah Mandiri yang telah ditentukan	Nominal

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dengan menggunakan sumber data sekunder, yaitu mengambil data nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan jumlah deposito *mudharabah* dari situs resmi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dan PDB diperoleh pada situs resmi *www.bps.go.id* yang telah ditentukan dari periode 2013-2018.

Selain itu, pengumpulan data dilengkapi dengan cara studi kepustakaan, yaitu mengkaji referensi dengan menggunakan buku-buku yang relevan, artikel jurnal dan bahan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

G. Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dalam angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program *Eviews 10*. Kemudian untuk memudahkan estimasi yang lebih efisien, serta menghindari resiko terkena multikolinieritas, maka model penelitian ditransformasikan ke dalam model logaritma natural (Ln).

Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan dan penyusunan data dalam bentuk nilai maksimal, nilai minimal, nilai rata-rata, nilai standar deviasi.⁵² Pada penelitian ini, digunakan untuk mengetahui gambaran nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk tahun 2013-2018.

⁵² *Ibid.*,h.187.

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut baik jika terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, yaitu normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang dimaksud dalam asumsi klasik pendekatan OLS adalah (data) residual yang dibentuk model regresi linier terdistribusi normal, bukan variabel bebas ataupun variabel terikatnya. Pengujian terhadap residual terdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *Jarque-Bera Test*.⁵³

Uji normalitas hanya digunakan jika jumlah observasi adalah kurang dari 30, untuk mengetahui apakah *error term* mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi lebih dari 30, maka tidak perlu dilakukan uji normalitas. Sebab distribusi, *sampling error term* telah mendekati normal.⁵⁴ Untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak dapat melihat dari nilai *probability* pada uji *Jarque-Bera*. Jika nilai *probability* > nilai α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga bentuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF (*Variance*

⁵³ Muhammad Iqbal, *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan Eviews)*, <https://dosenperbanas.id/regresi-linier-berganda-dengan-eviews/>, akses 13 Agustus 2019.

⁵⁴ Shochrul R. Ajija, dkk, *Cara Cerdas Menguasai Eviews*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 42.

Inflation Factor) yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁵⁵

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya. Autokorelasi lebih mudah timbul pada data yang bersifat runtut waktu. Karena berdasarkan sifatnya, data masa sekarang dipengaruhi oleh data pada masa-masa sebelumnya.⁵⁶

Untuk memeriksa ada tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson dan uji Breusch-Godfrey (uji *Languange-Multiplier*). Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji Breusch-Godfrey (uji *Language-Multiplier*). Dalam uji ini, yang diperhatikan adalah nilai probability dari *Obs*R-Squared*. Bila nilai probability $> \alpha$ (0,05), maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

Namun, apabila data mengandung autokorelasi, data harus segera diperbaiki agar model tetap dapat digunakan. Untuk mengatasinya, harus diestimasi dengan diferensi tingkat satu, dengan memasukkan persamaan $d(y) = d(x)$.⁵⁷

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel

⁵⁵Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*, h.188.

⁵⁶ Wing Wahyu Winarno, *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2007), h. 64

⁵⁷ *Ibid.*, h. 70.

independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan berskala interval atau rasio. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{LnY} = a + b_1 \text{LnX}_1 + b_2 \text{LnX}_2 + b_3 \text{LnX}_3 + e$$

Keterangan:⁵⁸

- LnY = Logaritma natural Jumlah Deposito Mudharabah
- LnX₁ = Logaritma natural Nisbah Bagi Hasil
- LnX₂ = Logaritma natural Biaya Promosi
- LnX₃ = Logaritma natural Produk Domestik Bruto / PDB
- a = konstanta yaitu (nilai Y bila X₁, X₂, X₃) = 0
- b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
- e = tingkat kesalahan atau gangguan

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (jumlah deposito *mudharabah*).⁵⁹

Formulasi hipotesis uji t :

1) $H_0 : b_i = 0 \ (i=1,2,3)$

H_0 diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y).

2) $H_a : b_i \neq 0 \ (i=1,2,3)$

H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y).

3) Taraf signifikansi 5 %.

4) Pengambilan keputusan :

⁵⁸ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*, h. 189

⁵⁹ *Ibid.*, h.181

- a) Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independennya (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB) terhadap variabel dependennya (jumlah deposito *mudharabah*).⁶⁰

Formulasi hipotesis uji F :

1) $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$

H_0 diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (x_1, x_2, x_3) terhadap variabel dependen (y).

2) $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$

H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (x_1, x_2, x_3) terhadap variabel dependen (y).

3) Taraf signifikansi 5 %.

4) Pengambilan keputusan :

- c) Jika f hitung $>$ f tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- d) Jika f hitung $<$ f tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

⁶⁰*Ibid.*

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel independen memengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika koefisien sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, maka kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga (R^2) mendekati 1, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.

Apabila nilai (R^2) adalah 0,70 atau 70% semakin mendekati angka 1 maka besarnya jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dapat dijelaskan oleh ketiga variabel (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB). Sedangkan sisanya 30% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

Krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Disaat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Disisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (*merger*) 4 (empat) bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bappindo menjadi satu. Satu bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). PT BSB merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi.

Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Sebagai tindak lanjut dari pemikiran Pengembangan Sistem Ekonomi Syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan perbankan syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah dikelompok perusahaan PT Bank Mandiri (persero) Tbk.

Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastruktur, sehingga kegiatan usaha BSB berhasil bertransformasi dari Bank Konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam akta Notaris Sujipto, SH, No.23 tanggal 08 september 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP. DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonis idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

2. Makna Logo PT Bank Syariah Mandiri, Tbk



Gambar 4.1 Logo PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

Warna latar logo menggunakan positif-negatif untuk penerapannya. Positif digunakan untuk warna belakang terang atau cerah tetapi jangan digunakan pada latar bergambar abstrak. Negatif digunakan untuk warna belakang gelap atau redup.

Filosofi logo baru adalah penggunaan huruf-huruf kecil dan bukan huruf kapital pada logo baru mempunyai filosofi sebagai cerminan bahwa BSM ramah, rendah hati dan memiliki aspirasi untuk semakin dekat dengan nasabah dan tetap bersikap membumi. Lambang logo divisualkan dalam bentuk gelombang warna emas yang merupakan lambang kemakmuran yang dicita-citakan pada nasabah yang mau bermitra dengan BSM. Posisi lambang logo di atas huruf logo melambangkan sikap progresif menuju kemakmuran.

3. Visi dan Misi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

Untuk mencapai rencana jangka panjang, maka BSM telah menetapkan visi dan misi yang baru, yaitu :

a. Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern” (*the lending & modern sharia banking*)”

Adapun makna dari visi tersebut adalah sebagai berikut :

1) Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

2) Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

3) Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi

Sejalan dengan visi BSM yang baru, maka BSM juga menyempurnakan misi BSM sebelumnya. Misi BSM yang baru adalah sebagai berikut :

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4. Produk Penghimpunan dan Pembiayaan PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

Ada beberapa produk penghimpunan dan pembiayaan bank, yaitu:

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan

a) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

b) Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

c) Tabungan *Wadiah*

Tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

d) Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

e) Tabungan *Dollar*

Tabungan dalam mata uang *dollar (USD)* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syariah Mandiri.

f) Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama Bank Syariah Mandiri dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

g) Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

h) Tabungan Mabror

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.

i) Tabungan Mabror *Junior*

Tabungan *junior* dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.

j) Tabungan Saham Syariah

Tabungan Saham Syariah adalah Rekening Dana Nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi Efek (baik berupa kewajiban maupun hak Nasabah), serta untuk menerima hak Nasabah yang terkait dengan Efek yang dimilikinya melalui Pemegang Rekening KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia).

2) Giro

a) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

b) BSM Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang *US Dollar* untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non-perorangan.

c) BSM Giro *Singapore*

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang *Singapore Dollar* untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non-perorangan.

d) BSM Giro *Euro*

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang *Euro* untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non-perorangan.

3) Deposito

a) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

b) BSM Deposito Valas

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang *dollar* yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Implan

Pembiayaan implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

Pembiayaan implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

2) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

3) Pembiayaan Griya

Pembiayaan griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

4) *Pembiayaan Kendaraan Bermotor*

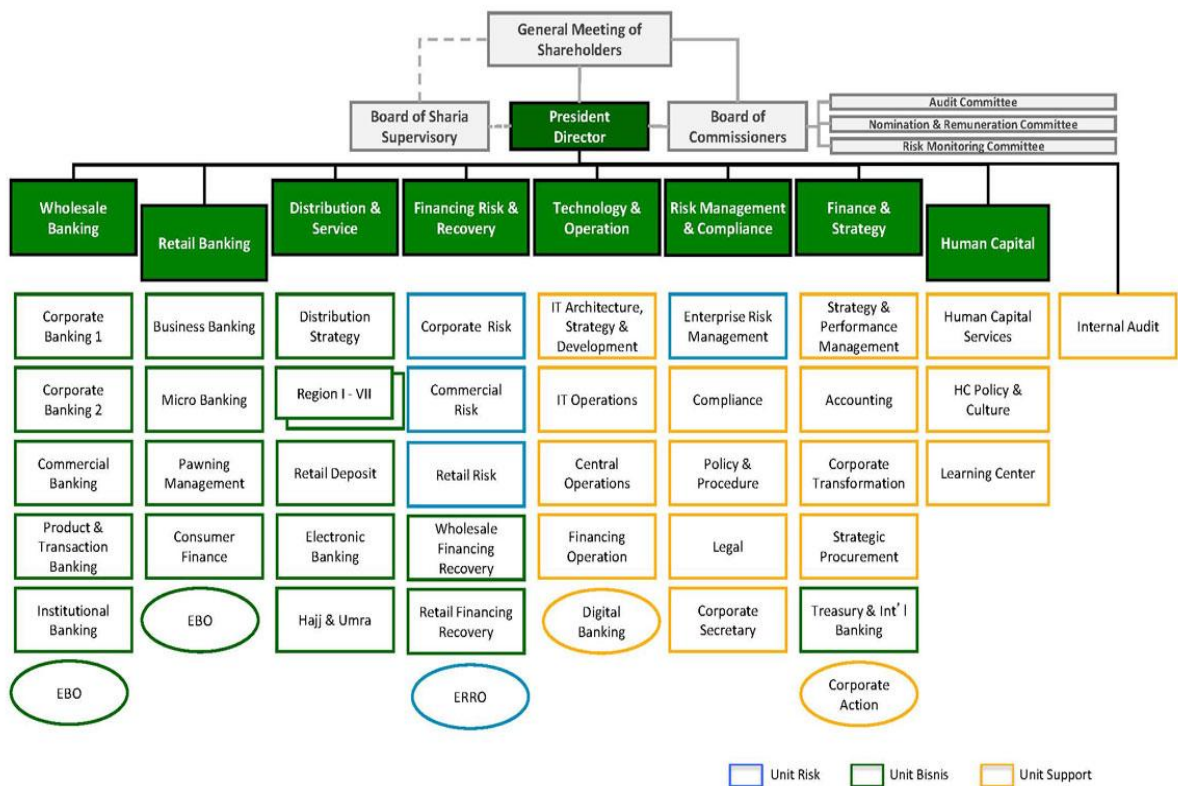
BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.

Pembiayaan yang dapat dikategorikan sebagai PKB adalah jenis kendaraannya mobil dan kondisi kendaraan adalah baru. Untuk kendaraan baru, jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.

5) Pembiayaan Mikro Umrah

Pembiayaan Mikro Umrah BSM adalah pembiayaan yang diberikan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah anda.

5. Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri, Tbk

B. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian yaitu menunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari objek penelitian tersebut. Dalam hal ini penulisan dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan Eviews 10 yang bertujuan untuk dapat mengolah data dan memperoleh hasil dari variabel-variabel yang diteliti, yaitu terdiri dari variabel endogen adalah jumlah deposito *mudharabah* dan variabel eksogen adalah nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB.

1. Analisis Deskriptif Variabel Nisbah Bagi Hasil

Nisbah bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha dalam bentuk persentase yang dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Data nisbah bagi hasil yang digunakan adalah perkembangan nisbah bagi hasil per triwulan tahun 2013-2018. Data tersebut diperoleh dari laporan publikasi triwulan dari website PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.

Tabel 4.1
Nisbah Bagi Hasil Tahun 2013-2018

Triwulan	Nisbah Bagi Hasil (%)					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I	51,37	50,23	51,16	50,00	48,00	47,00
II	49,75	50,65	51,00	50,00	47,81	47,00
III	48,60	52,31	51,00	50,00	48,00	46,75
IV	49,39	51,13	50,00	49,00	49,00	46,88

Sumber: PT Bank Syariah Mandiri, Tbk (data diolah)

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nisbah Bagi Hasil	24	3.844814	3.957188	3.899801	0.032735

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nisbah bagi hasil mulai triwulan I 2013 – triwulan IV 2018 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 24, diperoleh hasil rata-rata dari nisbah bagi hasil sebesar 49,42% atau 3,90 dalam bentuk logaritma. Nisbah bagi hasil tertinggi diperoleh sebesar 52,31% atau 3,96 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan III 2014 sedangkan nisbah bagi hasil terendah diperoleh sebesar 46,75% atau 3,84 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan III 2018. Naik turunnya nisbah bagi hasil ini disebabkan oleh besar kecilnya penghimpunan dana yang diperoleh dari dana pihak ketiga yaitu jumlah deposito *mudharabah* yang diinvestasikan nasabah ke pihak bank syariah, sehingga memengaruhi besaran jumlah nisbah bagi hasil di PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Adapun standar deviasi variabel nisbah bagi hasil sebesar 0,03 berarti selama pengamatan pada periode triwulan I 2013 – triwulan IV 2018, terjadi penyimpangan nisbah bagi hasil sebesar 0,03 dari rata-ratanya.

2. Analisis Deskriptif Variabel Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya penjualan yang dikeluarkan dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan. Data biaya promosi yang digunakan adalah perkembangan biaya promosi per triwulan tahun 2013-2018. Data tersebut diperoleh dari laporan publikasi triwulan dari website PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.

Tabel 4.3
Biaya Promosi Tahun 2013-2018

Triwulan	Biaya Promosi (dalam Jutaan Rupiah)					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I	12.534,00	7.798,00	10.599,00	12.291,00	10.915,00	15.508,00
II	28.953,00	17.978,00	35.555,00	24.933,00	24.533,00	29.667,00
III	54.775,00	35.754,00	47.547,00	41.277,00	46.712,00	51.435,00
IV	81.185,00	55.512,00	56.187,00	59.583,00	77.695,00	83.078,00

Sumber: PT Bank Syariah Mandiri, Tbk (data diolah)

Tabel 4.4
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Promosi	24	8.961623	11.32754	10.34375	0.710871

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa biaya promosi mulai triwulan I 2013 – triwulan IV 2018 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 24, diperoleh hasil rata-rata dari biaya promosi sebesar Rp38.417,00 atau 10,34 dalam bentuk logaritma. Biaya promosi tertinggi diperoleh sebesar Rp83.078,00 atau 11,33 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan IV 2018 sedangkan biaya promosi terendah diperoleh sebesar Rp7.798,00 atau 8,96 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan I 2014. Naik turunnya biaya promosi ini tergantung dari tujuan promosi yang dilakukan oleh bank syariah apakah untuk meningkatkan DPK berupa deposito *mudharabah* dalam jangka pendek atau mempertahankan DPK dengan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk dalam jangka panjang. Adapun standar deviasi variabel biaya promosi sebesar 0,71 berarti selama pengamatan pada periode triwulan I

2013 – triwulan IV 2018, terjadi penyimpangan biaya promosi sebesar 0,71 dari rata-ratanya.

3. Analisis Deskriptif Variabel PDB

PDB adalah nilai barang dan jasa dalam suatu negara yang diproduksi oleh faktor-faktor produksi milik warga negara tersebut dan negara asing.

Data PDB yang digunakan adalah perkembangan PDB per triwulan tahun 2013-2018. Data tersebut diperoleh dari laporan publikasi triwulan dari website Badan Pusat Statistik (BPS).

Tabel 4.5
PDB Tahun 2013-2018

Triwulan	PDB (dalam Jutaan Rupiah)		
	2013	2014	2015
I	1.958.395.500,00	2.058.584.900,00	2.157.848.000,00
II	2.036.816.600,00	2.137.385.600,00	2.238.761.700,00
III	2.057.687.600,00	2.207.343.600,00	2.312.640.000,00
IV	2.103.598.100,00	2.161.552.500,00	2.273.261.000,00
	2016	2017	2018
I	2.264.089.700,00	2.377.574.700,00	2.498.611.600,00
II	2.354.797.700,00	2.473.425.000,00	2.603.748.300,00
III	2.428.569.900,00	2.552.216.500,00	2.684.200.000,00
IV	2.385.577.100,00	2.508.931.500,00	2.638.900.000,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (data diolah)

Tabel 4.6
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PDB	24	21.39539	21.71065	21.55730	0.089444

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa PDB mulai triwulan I 2013 – triwulan IV 2018 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 24, diperoleh hasil rata-rata dari PDB sebesar Rp2.311.439.738,00 atau 21,56 dalam bentuk logaritma. PDB tertinggi diperoleh sebesar Rp2.684.200.000,00 atau 21,71 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan III 2018 sedangkan PDB terendah diperoleh sebesar Rp1.958.395.500,00 atau 21,40 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan I 2013. Adapun standar deviasi variabel PDB sebesar 0,09 berarti selama pengamatan pada periode triwulan I 2013 – triwulan IV 2018, terjadi penyimpangan PDB sebesar 0,09 dari rata-ratanya.

4. Analisis Deskriptif Variabel Jumlah Deposito *Mudharabah*

Jumlah deposito *mudharabah* adalah jumlah dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu. Dari hasil pengelolaan dana, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

Data jumlah deposito *mudharabah* yang digunakan adalah pertriwulan pada tahun 2013-2018. Data tersebut diperoleh dari laporan publikasi triwulan dari website PT Bank Syariah Mandiri, Tbk.

Tabel 4.7
Jumlah Deposito *Mudharabah* Tahun 2013-2018

Triwulan	Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> (dalam Jutaan Rupiah)		
	2013	2014	2015
I	22.950.920,00	28.526.643,00	32.292.617,00
II	25.105.729,00	29.023.420,00	30.470.939,00
III	27.048.906,00	30.769.429,00	30.635.109,00
IV	27.659.562,00	31.815.909,00	31.379.460,00
	2016	2017	2018
I	32.720.133,00	34.382.033,00	39.552.873,00
II	31.027.837,00	34.308.190,00	38.632.870,00
III	32.870.741,00	35.905.719,00	39.289.387,00
IV	33.231.270,00	35.888.121,00	39.431.220,00

Sumber: PT Bank Syariah Mandiri, Tbk (data diolah)

Tabel 4.8
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i>	24	16.94887	17.49315	17.28092	0.140501

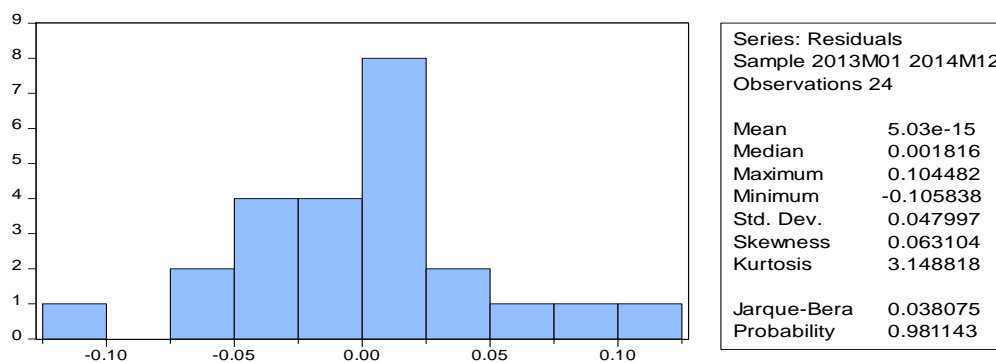
Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa jumlah deposito *mudharabah* mulai triwulan I 2013 – triwulan IV 2018 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 24, diperoleh hasil rata-rata dari jumlah deposito *mudharabah* sebesar Rp32.288.293,00 atau 17,28 dalam bentuk logaritma. Jumlah deposito *mudharabah* tertinggi diperoleh sebesar Rp39.552.873,00 atau 17,49 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan I 2018 sedangkan jumlah deposito *mudharabah* terendah

diperoleh sebesar Rp22.950.920,00 atau 16,95 dalam bentuk logaritma terjadi pada triwulan I 2013. Naik turunnya jumlah deposito *mudharabah* ini disebabkan oleh kompetitifnya nilai bagi hasil antar bank syariah sehingga memengaruhi permintaan masyarakat untuk menyimpan dananya di PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Adapun standar deviasi variabel jumlah deposito *mudharabah* sebesar 0,14 berarti selama pengamatan pada periode triwulan I 2013 – triwulan IV 2018, terjadi penyimpangan jumlah deposito *mudharabah* sebesar 0,14 dari rata-ratanya.

C. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang dimaksud dalam asumsi klasik dengan pendekatan OLS adalah (data) residual yang dibentuk model regresi linier terdistribusi normal, bukan variabel bebas ataupun variabel terikatnya. Pengujian terhadap residual terdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *Jarque-Bera Test*. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Dari uji normalitas di atas, apabila angka probability $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila angka probability $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Dari hasil di atas dapat di lihat nilai probability sebesar 0,98 artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah antara variabel bebasnya terjadi hubungan satu sama lain dan hasil uji multikolinieritasnya dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
Nisbah Bagi Hasil	0.230879	31811.59	2.147885
Biaya Promosi	0.000257	250.7001	1.129629
PDB	0.033400	140613.9	2.319802
C	29.25090	264987.7	NA

Sumber: Hasil olah data *Eviews* 10

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada kolom *Centered* VIF. Nilai VIF dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10. Dari hasil di atas, dapat dilihat semua VIF variabel bebas (nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada variabel di atas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada model bertujuan untuk mengetahui korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu saling berkorelasi atau tidak.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.002452	Prob. F(2,18)	0.0365
Obs*R-squared	7.387749	Prob. Chi-Square(2)	0.0249

Sumber: Hasil olah data *Eviews* 10

Karena data mengandung autokorelasi, yaitu p-value Obs*R-square sebesar $0,02 < 0,05$ maka data harus segera diperbaiki agar model tetap

dapat digunakan. Untuk mengatasinya, peneliti mengestimasi dengan diferensi tingkat satu, dengan memasukkan persamaan $d(y) = d(x)$.

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi dengan Diferensi Tingkat Satu

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.128101	Prob. F(2,17)	0.8806
Obs*R-squared	0.341479	Prob. Chi-Square(2)	0.8430

Sumber: Hasil olah data *Eviews 10*

Dari tabel uji autokorelasi di atas dengan diferensi tingkat satu menunjukkan bahwa nilai probability p-value Obs*R-square sebesar 0,84 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model tidak terdapat autokorelasi.

D. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menggambarkan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Nisbah Bagi Hasil	0.009921	0.480499	0.020647	0.9837
Biaya Promosi	-0.023319	0.016046	-1.453244	0.1617
PDB	1.530246	0.182757	8.373140	0.0000
C	-15.50454	5.408410	-2.866746	0.0095
R-squared	0.883301	Mean dependent var	17.28092	
Adjusted R-squared	0.865796	S.D. dependent var	0.140501	
S.E. of regression	0.051471	Akaike info criterion	-2.944586	
Sum squared resid	0.052985	Schwarz criterion	-2.748243	
Log likelihood	39.33503	Hannan-Quinn criter.	-2.892496	
F-statistic	50.46025	Durbin-Watson stat	1.023432	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil olah data *Eviews 10*

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan model regresi antara variabel dependen (jumlah deposito *mudharabah*) dan variabel independen (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB) sebagai berikut:

$$\text{Ln_ Jumlah Deposito Mudharabah} = -15,50 + 0,01 \text{ Nisbah Bagi Hasil} - 0,02 \text{ Biaya Promosi} + 1,53 \text{ PDB}$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta pada persamaan di atas diperoleh sebesar -15,50 berarti bahwa jika variabel independen sama dengan nol, maka jumlah deposito *mudharabah* adalah sebesar -15,50.
2. Koefisien regresi nisbah bagi hasil bernilai positif sebesar 0,01 artinya jika pengaruh variabel nisbah bagi hasil naik sebesar 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* akan naik sebesar 0,01.
3. Koefisien regresi biaya promosi bernilai negatif sebesar -0,02 artinya jika pengaruh variabel biaya promosi naik sebesar 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* akan turun sebesar 0,02.
4. Koefisien regresi PDB bernilai positif sebesar 1,53 artinya jika pengaruh variabel PDB naik sebesar 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* akan naik sebesar 1,53.

E. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel independennya adalah nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB. Sedangkan variabel independennya adalah jumlah deposito *mudharabah*.

Hasil uji T dengan menggunakan *eviews* 10 terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Nisbah Bagi Hasil	0.009921	0.480499	0.020647	0.9837
Biaya Promosi	-0.023319	0.016046	-1.453244	0.1617
PDB	1.530246	0.182757	8.373140	0.0000
C	-15.50454	5.408410	-2.866746	0.0095

Sumber: Hasil olah data *Eviews 10*

Berdasarkan hasil perhitungan *Eviews* untuk mengambil keputusan pada uji T adalah sebagai berikut:

- a. Variabel nisbah bagi hasil memiliki nilai t hitung untuk variabel independen nisbah bagi hasil adalah sebesar 0,02 dengan nilai probabilitas sebesar 0,98, di mana nilai t tabel adalah sebesar 2,06, yang berarti bahwa nilai t hitung $<$ t tabel, yaitu $0,02 < 2,06$, dengan nilai probabilitasnya $0,98 > 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel nisbah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Variabel biaya promosi memiliki nilai t hitung untuk variabel independen biaya promosi adalah sebesar -1,45 dengan nilai probabilitas sebesar 0,16, di mana nilai t tabel adalah sebesar 2,06, yang berarti bahwa nilai t hitung $<$ t tabel, yaitu $-1,45 < 2,06$, dengan nilai probabilitasnya $0,16 > 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- c. Variabel PDB memiliki nilai t hitung untuk variabel independen PDB adalah sebesar 8,37 dengan nilai probabilitas sebesar 0.00, di mana nilai t tabel adalah sebesar 2,06, yang berarti bahwa nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $8,37 > 2,06$, dengan nilai probabilitasnya $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel PDB

berpengaruh signifikan terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB) terhadap variabel dependen (jumlah deposito *mudharabah*) secara simultan.

Hasil uji F dengan menggunakan *evIEWS* 10 terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F

R-squared	0.883301	Mean dependent var	17.28092
Adjusted R-squared	0.865796	S.D. dependent var	0.140501
S.E. of regression	0.051471	Akaike info criterion	-2.944586
Sum squared resid	0.052985	Schwarz criterion	-2.748243
Log likelihood	39.33503	Hannan-Quinn criter.	-2.892496
F-statistic	50.46025	Durbin-Watson stat	1.023432
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil olah data *Eviews* 10

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 50,46 dengan nilai F tabel sebesar 3,10 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $50,46 > 3,10$, dengan nilai probabilitasnya sebesar $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB) berpengaruh secara simultan terhadap jumlah jumlah deposito *mudharabah*.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi

R-squared	0.883301	Mean dependent var	17.28092
Adjusted R-squared	0.865796	S.D. dependent var	0.140501
S.E. of regression	0.051471	Akaike info criterion	-2.944586
Sum squared resid	0.052985	Schwarz criterion	-2.748243
Log likelihood	39.33503	Hannan-Quinn criter.	-2.892496
F-statistic	50.46025	Durbin-Watson stat	1.023432
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil olah data *Eviews 10*

Berdasarkan tabel tersebut, besarnya angka *R-squared* adalah sebesar 0,88, hal ini berarti bahwa 88% besarnya jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dapat dijelaskan oleh ketiga variabel (nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB). Sedangkan sisanya 12% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

F. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis data di atas, didapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Sebagaimana hasil penelitian menggunakan *Eviews 10* yang telah dijabarkan di atas, dapat diketahui bahwa variabel nisbah bagi hasil memiliki hubungan positif namun tidak berpengaruh terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*.

Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 4.7 di mana nilai probabilitas variabel nisbah bagi hasil adalah sebesar 0,98. Nilai probabilitas lebih dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* dan hubungannya bersifat positif, artinya ketika

nisbah bagi hasil meningkat maka tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Berarti menunjukkan bahwa kehendak masyarakat menyimpan dananya di PT Bank Syariah Mandiri, Tbk bukan dipengaruhi motif keuntungan/ *profit*, tetapi oleh faktor lain yang tidak bisa ditemukan di sini. Apabila mengacu kepada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* adalah karena dilandasi semangat untuk saling tolong menolong/*tabarru'* dalam menggerakkan sektor riil, serta adanya keyakinan yang kuat dikalangan masyarakat muslim bahwa bunga bank konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam.

Keluarnya fatwa MUI pada 16 Desember 2003 yang menyatakan bahwa bunga bank hukumnya haram juga merupakan jawaban atas keraguan masyarakat tentang hukum bunga bank sebagai riba yang dilarang dalam islam. Hal ini tentunya semakin memberikan dorongan bagi beberapa kalangan masyarakat untuk tetap menempatkan dananya pada perbankan syariah meskipun tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah kepada deposan cenderung lebih kecil daripada suku bunga bank konvensional.

2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Sebagaimana hasil penelitian menggunakan *Eviews 10* yang telah dijabarkan di atas, dapat diketahui bahwa variabel biaya promosi memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*.

Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 4.7 di mana nilai probabilitas variabel biaya promosi adalah sebesar 0,16. Nilai probabilitas lebih dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* dan hubungannya bernilai negatif artinya ketika

biaya promosi meningkat maka tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah deposito *mudharabah*.

Hal disebabkan karena tidak efektifnya promosi yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri, Tbk sehingga masyarakat tidak sepenuhnya mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank syariah. Kemudian promosi yang dilakukan oleh bank syariah tidak memiliki intensitas yang tinggi atau promosi yang tidak tepat sasaran.

Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* disebabkan juga karena biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan biaya operasional yang lain seperti biaya personalia, biaya bonus titipan wadiah dan biaya lainnya. Jika perusahaan ingin meningkatkan jumlah deposito *mudharabah* di mana dana ini merupakan penyumbang modal terbesar dibandingkan dana pihak ketiga yang lain, seharusnya biaya promosi yang akan dikeluarkan perlu menjadi perhatian bagi bank syariah agar dapat meningkatkan permodalan bank syariah dalam hal ini deposito *mudharabah*. Kemudian biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank syariah tidak menjadi sia-sia karena dapat membuahkan hasil dan memberikan keuntungan bagi bank.

PT Bank Syariah Mandiri, Tbk juga harus mampu memberikan produk yang sesuai dengan yang ditawarkan karena bisa jadi nasabah hanya menginginkan iklan yang ditawarkan. Sehingga apabila tidak sesuai dengan yang diharapkan maka dengan mudah nasabah menarik kembali dananya. Tentu hal ini akan merugikan bank syariah.

3. Pengaruh PDB Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Sebagaimana hasil penelitian menggunakan *Eviews* 10 yang telah dijabarkan di atas, dapat diketahui bahwa variabel PDB memiliki hubungan positif dan berpengaruh terhadap variabel jumlah deposito *mudharabah*.

Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 4.7 di mana nilai probabilitas variabel PDB adalah sebesar 0,00. Nilai probabilitas kurang dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa PDB memiliki pengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* dan hubungannya bersifat positif artinya ketika PDB meningkat maka jumlah deposito *mudharabah* juga meningkat.

Hal ini dapat dilihat dari perkembangan PDB dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2018 cenderung meningkat setiap tahunnya. Hal ini berhubungan dengan besarnya jumlah hasil produksi barang dan jasa yang dilakukan di Indonesia, meningkatnya hal ini juga akan ditandai dengan meningkatnya konsumsi rumah tangga keluarga ataupun industri yang ada di Indonesia, meningkatnya pengeluaran pemerintah guna membangun infrastruktur dan pembiayaan bagi daerahnya, masuknya modal atau investasi untuk usaha ataupun juga industri yang ada di Indonesia serta ekspor neto yang telah dihasilkan untuk penjualan dalam negeri untuk luar negeri. Hal ini akan meningkatkan jumlah PDB secara keseluruhan yang juga akan meningkatkan hasil pendapatan dari masing-masing usaha, industri ataupun pendapatan perkapita dari penduduk di Indonesia, ini akan memberikan sejumlah dana dari hasil upaya mereka dalam berusaha dan bekerja, dan akan menjadi tambahan bagi deposito *mudharabah* di bank syariah.

Meningkatnya PDB maka akan diikuti dengan peningkatan pendapatan per kapita masyarakat sebagai hasil dari upaya mereka dalam berusaha dan bekerja, bertambahnya pendapatan per kapita berarti meningkat pula kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan jumlah pendapatan per kapita yang diterima oleh setiap orang dalam masyarakat maka pendapatan tersebut siap untuk dimanfaatkan setelah dikurangi pajak langsung guna membeli barang dan jasa konsumsi dan selebihnya menjadi tabungan yang disalurkan menjadi investasi.

Kesadaran masyarakat dalam berinvestasi menjadikan alasan untuk kesejahteraan dan kemakmuran di masa depan ketika seseorang sudah

tidak produktif dalam memperoleh pendapatan. Hal ini, investasi dijadikan seseorang berjaga-jaga ketika dalam keadaan sewaktu-waktu tidak memiliki pendapatan lagi.

4. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Biaya Promosi dan PDB Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Berdasarkan uji F secara bersama-sama variabel nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB terhadap jumlah deposito *mudharabah* di PT Bank Syariah Mandiri, Tbk dengan F hitung sebesar 50,46 (signifikansi $F = 0,00$) atau $\text{sig } F < 5\%$ ($0,00 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB berpengaruh signifikan pada jumlah deposito *mudharabah*.

Setiap perubahan yang terjadi pada variabel independen yaitu nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB secara simultan atau bersama-sama akan berpengaruh pada jumlah deposito *mudharabah* PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah deposito *mudharabah* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal namun juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang bersifat makro ekonomi sehingga jumlah deposito *mudharabah* dapat mengalami peningkatan bahkan mengalami penurunan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Dengan demikian semakin meningkatnya nisbah bagi hasil maka tidak diikuti dengan meningkatnya jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan faktor *profit* bukan alasan utama nasabah menyimpan dananya di bank syariah melainkan karena ada faktor lain yang tidak bisa ditemukan dalam penelitian ini. Sehingga nasabah akan tetap menempatkan dananya di bank syariah meskipun nisbah bagi hasil yang diberikan bank syariah cenderung lebih kecil daripada suku bunga bank konvensional.
2. Biaya promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Dengan demikian semakin meningkatnya biaya promosi maka tidak diikuti dengan meningkatnya jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri, Tbk lebih kecil dibandingkan dengan biaya operasional yang lain seperti biaya personalia, biaya bonus titipan wadiah, dan biaya lainnya.
3. PDB berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk. Dengan demikian semakin meningkatnya PDB maka akan diikuti dengan meningkatnya jumlah deposito *mudharabah* dan sebaliknya. Hal ini dikarenakan bahwa tidak semua pendapatan yang diterima seseorang akan digunakan untuk dikonsumsi, melainkan sebagian digunakan untuk disimpan.

4. Hasil uji simultan (Uji F) menyatakan bahwa variabel independen (nisbah bagi hasil, biaya promosi dan PDB) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Sehingga peningkatan atau penurunan jumlah deposito *mudharabah* tidak terlepas dari perkembangan variabel nisbah bagi hasil, biaya promosi, dan PDB.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait:

1. Nisbah bagi hasil pada PT Bank Syariah Mandiri, Tbk perlu disosialisasikan dengan baik kepada masyarakat di mana bukan hanya masyarakat muslim yang dapat menyimpan dananya di bank syariah melainkan juga non muslim. Dengan melalui cara ini dapat meningkatkan nisbah bagi hasil dikarenakan dana pihak ketiga mengalami peningkatan terutama deposito *mudharabah*.
2. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank syariah dapat efektif digunakan bila bank syariah tetap meningkatkan kualitas produknya atau sesuai dengan promosi yang ditawarkan, sehingga nasabah tetap terkesan terhadap produk yang dihasilkan oleh bank syariah. Kemudian bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia untuk mensosialisasikan produk perbankan syariah yang tidak menggunakan bunga melainkan bagi hasil.
3. PDB yang selalu meningkat setiap tahunnya harus tetap dijaga kestabilan kondisi perekonomiannya oleh pemerintah, karena ketidakstabilan dalam perekonomian mengganggu kinerja perbankan syariah dalam hal ini terkait dengan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana.
4. Bagi peneliti selanjutnya penulis menyarankan beberapa hal yaitu:

- a. Menggunakan data yang lebih banyak dengan rentang waktu yang lebih panjang. Penggunaan data dengan rentang waktu yang lebih panjang memungkinkan hasil penelitian yang lebih baik.
- b. Menambah variabel baru dengan maksud untuk mengetahui secara pasti variabel atau hal apa saja yang memiliki pengaruh lebih kuat terhadap jumlah deposito *mudharabah*, misalnya variabel FDR, ROA, ukuran bank, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Ajija, Shochrul R., dkk. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010
- Al-Mubarakfuri, Shafiyurrahman. *Ar-Rahiq al-Makhtum: Sirah Nabawiyah*. Terj. Faris Kahirul Anam. Jakarta: Qisthi Press. 2014.
- Ar-Rifai, Muhammad Nasib. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*. Jakarta: Gema Insani. 2003.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. *Bank Syariah Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Daulay, Aqwa Naser dan M. Lathief Ilhamy. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Cetakan 1. Medan : Febi Uinsu Press. 2016.
- Departemen Agama RI. *Mushaf Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Bandung: Hilal. 2010.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2005.
- Ifham, Ahmad. *Ini Lho Bank Syariah!*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- IKAPI. *Himpunan Perundang-undangan tentang Ekonomi Islam*. Jakarta: Referensi. 2012.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. edisi 4 cetakan 7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2010.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Rajawali Pers. 2012.

- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka. 2006.
- Medias, Fahmi. *Ekobomi Mikro Islam*. Magelang: Unimma Press. 2018.
- Muhamad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2015.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN. 2011.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Akasara. 2014.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Muhammad Syafii Antonio. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: PT. Veresia Grafika. 1992.
- Putong , Iskandar dan Nuring Dyah Andjaswati. *Pengantar Ekonomi Makro*, Edisi 2. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2010.
- Rahardja, Prathama dan Manurung. *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar*, Edisi Keempat. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2008.
- Shonhaji, Abdullah. *Terjemah Sunan Ibnu Majah*. Semarang: CV Asy Syifa'. 1993. Jilid IV.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Bank Islam*. Bandung: Pustaka. Cet. Ke-1 .1984.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Subagyo, Ahmad. *Marketing in Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2010.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2018.
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS. 2011.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.

Umam, Khotibul dan Veri Antoni. *Corporate Action Pembentukan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press).

Winarno, Wing Wahyu. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. Yogyakarta: STIM YKPN. 2007.

Jurnal dan Skripsi

Addawiyah, Rabihtul. *Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah*. Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta, 2016.

Al Arif, M. Nur Rianto dan Hanifah. *Determinan Deposito Pada Bank Umum Syariah: Metode Regresi Panel*. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, vol 10, no 2, 2017.

Fajri, Detha Alfrian dkk. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol 6, 2013.

Harahap, Muhammad Ikhsan dan Rahmat Daim Harahap. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Aset BPRS*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, vol 5, 2019.

Hilman, Iim. *The Factors Affecting Mudharabah Deposits of Sharia Banking in Indonesia*. *International Journal Of Business and Management Invention*, vol 5, 2016.

Juniarty, Nila, Mustika Noor Mifrahi, dan Achmad Tohirin. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, vol 3, no 1, 2017.

Meylina, Dita. *Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Jumlah Bagi Hasil dan Jumlah Kantor terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2015*. *Jurnal Ekonomi Islam*, vol 8, no 2, 2017.

Putra, Dimaz Pradana. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penghimpunan Tabungan Masyarakat pada PT. Bank Syariah Mandiri*. Skripsi Fakultas Ekonomi, UPN Surabaya, 2011.

Rizqiana, Rizqa. *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Jumlah Dana Deposito Syariah Mudharabah yang Ada Pada Bank Syariah Mandiri*. Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta. 2010.

Wibowo, Muhammad Ghofur. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Suku Bunga, dan Pendapatan terhadap Simpanan Mudharabah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia*. Jurnal Ekonomi Syari'ah Muamalah, vol 1, no 1, 2003.

Wibowo, Muhammad Ghofur. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia*. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, vol 2, 2004.

Lainnya

Iqbal, Muhammad. *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan Eviews)*. <https://dosenperbanas.id/regresi-linier-berganda-dengan-eviews/>. Akses 13 Agustus 2019.

Karim, Adiwarmarman. *Segmentasi Pasar Perbankan Syariah*, www.adiwarmankarim.com/index.php?option=com_content&view=article&id=171%3Asegmentasi-pasar-perbankan-syariah&catid=52%3Anewspaper&Itemid=90&lang=id, Akses 14 Juli 2019.

Fransiska, Nurul Aprilia. *Strategi Promosi Bank Syariah*, <http://nurulapriliafransiskablogspot.co.id>. Akses 21 April 2019.

Lampiran 1. Data Penelitian

Tahun	Nisbah Bagi Hasil (%)	Biaya Promosi (Jutaan Rupiah)	PDB (Jutaan Rupiah)	Jumlah Deposito Mudharabah (Jutaan Rupiah)
2013T1	51,37	12.534,00	1.958.395.500,00	22.950.920,00
2013T2	49,75	28.953,00	2.036.816.600,00	25.105.729,00
2013T3	48,60	54.775,00	2.057.687.600,00	27.048.906,00
2013T4	49,39	81.185,00	2.103.598.100,00	27.659.562,00
2014T1	50,23	7.798,00	2.058.584.900,00	28.526.643,00
2014T2	50,65	17.978,00	2.137.385.600,00	29.023.420,00
2014T3	52,31	35.754,00	2.207.343.600,00	30.769.429,00
2014T4	51,13	55.512,00	2.161.552.500,00	31.815.909,00
2015T1	51,16	10.599,00	2.157.848.000,00	32.292.617,00
2015T2	51,00	35.555,00	2.238.761.700,00	30.470.939,00
2015T3	51,00	47.547,00	2.312.640.000,00	30.635.109,00
2015T4	50,00	56.187,00	2.273.261.600,00	31.379.460,00
2016T1	50,00	12.291,00	2.264.089.700,00	32.720.133,00
2016T2	50,00	24.933,00	2.354.797.700,00	31.027.837,00
2016T3	50,00	41.277,00	2.428.569.900,00	32.870.741,00
2016T4	49,00	59.583,00	2.385.577.100,00	33.231.270,00
2017T1	48,00	10.915,00	2.377.574.700,00	34.382.033,00
2017T2	47,81	24.533,00	2.473.425.000,00	34.308.190,00
2017T3	48,00	46.712,00	2.552.216.500,00	35.905.719,00
2017T4	49,00	77.695,00	2.508.931.500,00	35.888.121,00
2018T1	47,00	15.508,00	2.498.611.600,00	39.552.873,00
2018T2	47,00	29.667,00	2.603.784.300,00	38.632.870,00
2018T3	46,75	51.435,00	2.684.200.000,00	39.289.387,00
2018T4	46,88	83.078,00	2.638.900.000,00	39.431.220,00

Lampiran 2. Data setelah diolah

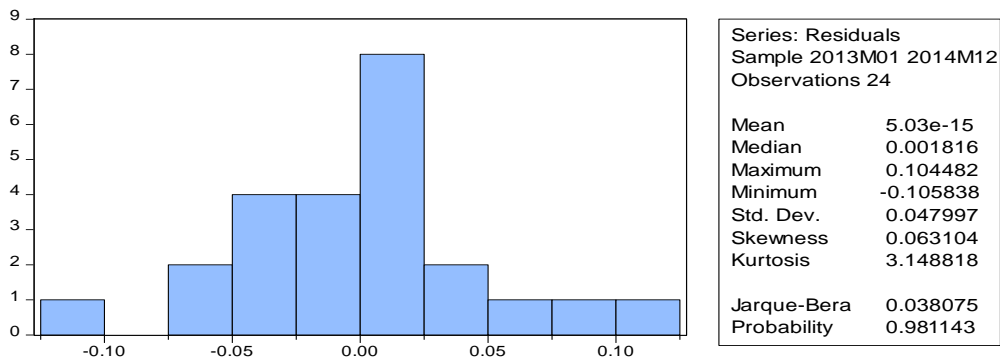
Tahun	Ln_NisbahBagi Hasil	Ln_BiayaPromosi	Ln_PDB	Ln_JumlahDepositoMudharabah
2013T1	3,94	9,44	21,40	16,95
2013T2	3,91	10,27	21,43	17,04
2013T3	3,88	10,91	21,44	17,11
2013T4	3,90	11,30	21,47	17,14
2014T1	3,92	8,96	21,45	17,17
2014T2	3,92	9,80	21,48	17,18
2014T3	3,96	10,48	21,52	17,24

2014T4	3,93	10,92	21,49	17,28
2015T1	3,93	9,27	21,49	17,29
2015T2	3,93	10,48	21,53	17,23
2015T3	3,93	10,77	21,56	17,24
2015T4	3,91	10,94	21,54	17,26
2016T1	3,91	9,42	21,54	17,30
2016T2	3,91	10,12	21,58	17,25
2016T3	3,91	10,63	21,61	17,31
2016T4	3,89	11,00	21,59	17,32
2017T1	3,87	9,30	21,59	17,35
2017T2	3,87	10,11	21,63	17,35
2017T3	3,87	10,75	21,66	17,40
2017T4	3,89	11,26	21,64	17,40
2018T1	3,85	9,65	21,64	17,49
2018T2	3,85	10,30	21,68	17,47
2018T3	3,84	10,85	21,71	17,49
2018T4	3,85	11,33	21,69	17,49

Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif

	Nisbah Bagi Hasil	Biaya Promosi	PDB	Jumlah Deposito Mudharabah
Mean	3.899801	10.34375	21.55730	17.28092
Median	3.909517	10.48163	21.55307	17.28291
Maximum	3.957188	11.32754	21.71065	17.49315
Minimum	3.844814	8.961623	21.39539	16.94887
Std. Dev.	0.032735	0.710871	0.089444	0.140501
Skewness	-0.268101	-0.410548	0.010618	-0.374333
Kurtosis	1.980207	1.967658	1.942875	2.854673
Jarque-Bera	1.327489	1.739929	1.117965	0.581620
Probability	0.514920	0.418966	0.571790	0.747658
Sum	93.59523	248.2499	517.3753	414.7421
Sum Sq. Dev.	0.024646	11.62277	0.184005	0.454032
Observations	24	24	24	24

Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas



Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
 Date: 08/08/19 Time: 16:50
 Sample: 2013M01 2018M04
 Included observations: 24

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
Nisbah Bagi Hasil	0.230879	31811.59	2.147885
Biaya Promosi	0.000257	250.7001	1.129629
PDB	0.033400	140613.9	2.319802
C	29.25090	264987.7	NA

Lampiran 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.497545	Prob. F(3,20)	0.2457
Obs*R-squared	4.402271	Prob. Chi-Square(3)	0.2212
Scaled explained SS	3.284611	Prob. Chi-Square(3)	0.3498

Lampiran 7. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.002452	Prob. F(2,18)	0.0365
Obs*R-squared	7.387749	Prob. Chi-Square(2)	0.0249

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.128101	Prob. F(2,17)	0.8806
Obs*R-squared	0.341479	Prob. Chi-Square(2)	0.8430

Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: Jumlah Deposito

Mudharabah

Method: Least Squares

Date: 08/08/19 Time: 16:35

Sample (adjusted): 2013M01 2014M12

Included observations: 24 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Nisbah Bagi Hasil	0.009921	0.480499	0.020647	0.9837
Biaya Promosi	-0.023319	0.016046	-1.453244	0.1617
PDB	1.530246	0.182757	8.373140	0.0000
C	-15.50454	5.408410	-2.866746	0.0095
R-squared	0.883301	Mean dependent var	17.28092	
Adjusted R-squared	0.865796	S.D. dependent var	0.140501	
S.E. of regression	0.051471	Akaike info criterion	-2.944586	
Sum squared resid	0.052985	Schwarz criterion	-2.748243	
Log likelihood	39.33503	Hannan-Quinn criter.	-2.892496	
F-statistic	50.46025	Durbin-Watson stat	1.023432	
Prob(F-statistic)	0.000000			

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Nyimas Putri Sekar Sari
2. Nim : 53.15.4.095
3. Tempat, Tanggal Lahir : Pematangsiantar, 22 April 1997
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Jl. S. Parman No. 21 Pematangsiantar
6. Jurusan : Perbankan Syariah

II. RIWAYAT PENDIDIKAN :

1. 2002-2003 TK Bustanul Athfal Pematangsiantar
2. 2003-2009 SDN 122345 Pematangsiantar
3. 2009-2012 SMPN 1 Pematangsiantar
4. 2012-2015 SMAN 4 Pematangsiantar
5. 2015-2019 UIN Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi & Bisnis
Islam Program Studi Perbankan Syariah

III. RIWAYAT ORGANISASI:

1. 2012-2013 Anggota Palang Merah Remaja
2. 2016-2017 Anggota Educational English Club UIN Sumut
3. 2017-2018 Anggota Relawan Kelas Dewantara
4. 2018-2019 Kepala Bidang Divisi Penelitian dan
Pengembangan KSEI IQEB (Kelompok Studi
Ekonomi Islam Intelligence and Qolbu Based Of
Economic Banking) UIN Sumut

