

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah bagi hasil ( $X_1$ ), biaya promosi ( $X_2$ ) dan deposito *mudharabah* ( $Y$ ). Penelitian ini dilakukan pada 12 Bank Umum Syariah di Indonesia. Adapun periode tahun buku yang diteliti adalah tahun 2014-2018.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Hadari (2012, hlm.67) “Metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain), pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya”. Jadi penelitian deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan objek dan hasil penelitian berdasarkan fakta, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Metode verifikatif menurut Bungin (2013, hlm.28) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran suatu pengetahuan atau teori atau penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu untuk menguji kebenaran teori atau penelitian sebelumnya mengenai keperpengaruhannya antar tiap variabel bebas yaitu bagi hasil dan biaya promosi terhadap variabel terikat yaitu deposito *mudharabah*.

##### **3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

###### **3.2.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017, hlm.138) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sekaran & Bougie (2017, hlm.77) juga menyebutkan variabel adalah segala sesuatu yang dapat mengubah nilai baik itu dengan waktu yang berbeda dan objek yang sama atau dengan objek yang berbeda dan waktu yang sama.

Menurut Sekaran (2011, hlm. 116-118), dalam penelitian kuantitatif, variabel dapat dibedakan ke dalam beberapa jenis dilihat dari hubungannya, yaitu:

- a. Variabel bebas (*independent variabel*); yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu bagi hasil ( $X_1$ ) dan biaya promosi ( $X_2$ ).

Menurut Karim (2004) bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah.

Pendekatan yang digunakan dalam bagi hasil yaitu *revenue sharing* atau *sharing* pendapatan. Pendekatan ini memiliki pengertian bahwa perhitungan bagi hasil didasarkan pada pendapatan, yaitu pendapatan yang didapat yang tidak dikurangi dengan biaya usaha dan lain-lain. Bagi hasil yang digunakan adalah bagi hasil pada deposito *mudharabah* yang diperoleh dari data laporan triwulan pada Bank Umum Syariah dari tahun 2014-2018 yang dipublikasikan oleh masing-masing *website* Perbankan Syariah tahun 2014-2018. Cara perhitungan bagi hasil menggunakan pendekatan *revenue sharing* adalah sebagai berikut:

$$\text{Bagi Hasil} = \frac{\text{nominal deposito mudharabah}}{\text{total deposito mudharabah}} \times \text{nisbah} \times \frac{\text{pendapatan bank}}{\text{jumlah hari}}$$

Menurut Freddy Rangkuti (2009, hlm. 205), Biaya promosi adalah “Biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen”. Dalam bukunya, Henry Simamora (2002, hlm. 762) menjelaskan bahwa biaya promosi merupakan “Sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan”. Biaya promosi yang digunakan adalah biaya promosi pada bank syariah yang diperoleh dari data laporan tahunan pada Bank Umum Syariah dari tahun 2014-2018 yang dipublikasikan oleh masing-masing *website* Perbankan Syariah tahun 2014-2018.

b. Variabel terikat (*dependent variabel*); yaitu variabel pembeda utama peneliti/ yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini yang disebut variabel dependen adalah deposito *mudharabah* (Y). Deposito *Mudharabah* adalah deposito berjangka yang menjadi salah satu dari elemen dana pihak ketiga yang merupakan investasi baik secara individu maupun perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah yakni *Mudharabah Mutlaqah*, yaitu simpanan dana masyarakat (pemilik dana/ *shahibul maal*) yang oleh bank syariah (*mudharib*) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan, hasil keuntungan tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pemilik dana dan pihak bank sesuai nisbah yang disepakati (Cintia, 2019). Deposito *mudharabah* yang digunakan pada penelitian ini adalah deposito *mudharabah* Bank Umum Syariah yang terdapat pada laporan tahunan Bank Umum Syariah dari tahun 2014-2018 yang dipublikasikan oleh masing-masing *website* Perbankan Syariah tahun 2014-2018

### 3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Untuk mengukur variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini maka peneliti menyusun operasionalisasi variabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Variabel independen: bagi hasil ( $X_1$ )	bagi hasil adalah bentuk <i>return</i> (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan	$\text{Bagi hasil} = \frac{\text{nominal deposito mudharabah}}{\text{total deposito mudharabah}} \times \text{nisbah} \times \frac{\text{pendapatan}}{\text{jumlah hari}}$	Rasio

	kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Karim (2004)		
Biaya promosi (X <sub>2</sub> )	Henry Simamora (2002, 762) menjelaskan bahwa biaya promosi merupakan “Sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan”.	Biaya promosi= total biaya promosi Bank Umum Syariah	Rasio
Variabel dependen: deposito <i>mudharabah</i> (Y)	Deposito menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad <i>mudharabah</i>	Deposito <i>Mudharabah</i> = total deposito <i>mudharabah</i> Bank Umum Syariah	Rasio

	<p>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 Unit Usaha Syariah (UUS).</p>		
--	--	--	--

### **3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.2.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi merupakan wilayah yang ditetapkan untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki suatu karakteristik tertentu untuk dipelajari (Sugiyono, 2017, hlm.80). Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2018 yang berjumlah 14 bank. Di bawah ini merupakan daftar bank syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan.

**Tabel 3. 2**  
**Daftar Bank Umum Syariah Indonesia**

No	Nama Bank	Tahun Berdiri
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	1992
2	PT. Bank Syariah Mandiri	1999
3	PT. Bank Mega Syariah	2004
4	PT. Bank BRI Syariah	2008
5	PT. Bank Syariah Bukopin	2008
6	PT. Bank Panin Dubai Syariah	2009
7	PT. Bank BNI Syariah	2010
8	PT. BCA Syariah	2010
9	PT. Bank Victoria Syariah	2010
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	2010
11	PT. Maybank Syariah Indonesia	2014
12	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	2014
13	PT. Bank Aceh Syariah	2016
14	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	2018

*sumber: SPS 2020*

### 3.2.3.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017, hlm.81) sampel adalah bagian dari karakteristik yang ada pada populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan berbagai macam pertimbangan. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah semua bank syariah di Indonesia yang berjumlah 12 karena dirasa paling ideal dalam menentukan pengaruh besarnya bagi hasil terhadap dana pihak ketiga. Kriteria yang ditentukan untuk dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Kriteria Sampel**

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2019	14
2.	Bank Umum Syariah yang menerbitkan laporan tahunan di masing-masing <i>website</i> resminya pada periode 2014-2018	14
3.	Bank Umum Syariah yang berdiri setelah tahun 2014	(2)

Total Sampel Penelitian	12
Jumlah data 12 x 5 Tahun	60

Berdasarkan kriteria yang penulis tentukan, terdapat 12 bank umum syariah yang memenuhi kriteria, yaitu:

**Tabel 3. 4**  
**Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria**

No	Bank Umum Syariah
1	PT. Bank Muamalat Indonesia
2	PT. Bank Syariah Mandiri
3	PT. Bank Mega Syariah
4	PT. Bank BRI Syariah
5	PT. Bank Syariah Bukopin
6	PT. Bank Panin Dubai Syariah
7	PT. Bank BNI Syariah
8	PT. BCA Syariah
9	PT. Bank Victoria Syariah
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah
11	PT. Maybank Syariah Indonesia
12	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sekaran, 2011, hlm. 60-61) jenis data berdasarkan sumber dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Data primer ini biasa didapat dari respon individu, *interview*, observasi, dan kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder ini biasa didapat dari catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, biro pusat statistik ataupun lembaga pengumpul data lainnya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sekunder. Pengumpulan data sekunder yaitu pengumpulan data yang didapat dari informasi yang orang lain kumpulkan selain peneliti (Sekaran & Bougie, 2017, hlm.133). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu laporan tahunan dan laporan triwulan tiap bank yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2014-2018. Agar penelitian mempunyai kualitas yang cukup tinggi maka baik teknik maupun alat pengumpulan data harus reliabel (handal) dan valid. Maka untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode telaah dokumentasi. Dokumen yang ditelaah yaitu laporan tahunan dan laporan triwulan tiap bank yang diperoleh dari *website* resmi masing-masing Bank Umum Syariah.

### **3.2.5 Teknik Analisa Data**

#### **3.2.5.1 Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi yang baik adalah varian residualnya bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan lain yang lainnya (Noor, 2014, hlm. 63).

Untuk mengetahui adanya gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai residual mutlak. Apabila nilai signifikansi  $> \alpha = 0,05$  (5%), maka dapat dikatakan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji *Glejser* adalah uji yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model regresi terdapat masalah heterokedastisitas (Suliyanto, 2011, hlm. 98)

##### **b. Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah situasi di mana terdapat korelasi variabel-variabel bebas diantara satu dengan lainnya. Dalam hal ini dapat disebut variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel yang bersifat orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi

antar sesamanya sama dengan nol. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Bawono, 2006, hlm. 115). Menurut Ghozali (2013, hlm. 110) dasar yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang merupakan hal yang saling berlawanan. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinearitas apabila mempunyai nilai toleransi  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ .

### 3.2.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis regresi linier berganda. Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari suatu variabel terikat (deposito *mudharabah*) berdasarkan variabel bebas (bagi hasil dan biaya promosi). Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda, dengan menggunakan program SPSS versi 25, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat (*dependent variable*) (Y) berdasarkan dua variabel bebas (*independent variable*) (X1,X2), dalam suatu persamaan linier:

$$DM = a + \beta_1 BH + \beta_2 BP + e$$

Dimana:

DM = Jumlah Deposito *Mudharabah*

BH = Bagi Hasil

BP = Biaya Promosi

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisien Regresi

e = *Error Term* (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

#### a. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah dari 0-1. Nilai Adjusted R *Square* kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat

terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependent.

### **b. Uji F Statistik (Uji Signifikansi Simultan)**

Uji F dapat digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai sig (*p-value*) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Langkah uji F ditentukan sbb:

1) Membuat  $H_0$  dan  $H_a$  sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = B_2 = 0$$

$$H_a : B_1 \neq B_2 \neq 0$$

2) Mencari nilai  $F_{hitung}$  dan nilai kritis F statistik dari tabel F. Nilai kritis F berdasarkan besarnya  $\alpha$  dan df. ( $\alpha=5\%$ )

3) Keputusan menolak atau menerima adalah sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka artinya bagi hasil dan biaya promosi berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka artinya bagi hasil dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*.

### **c. Uji t Statistik (Uji Signifikansi Parsial)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin diuji pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai sig (*p-value*) atau membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Adapun prosedur uji t adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

$$H_0 : B1 = 0 \quad H_a : B1 \neq 0$$

$$H_0 : B2 = 0 \quad H_a : B2 \neq 0$$

2) Menghitung nilai  $t_{hitung}$  dan mencari nilai  $t_{tabel}$  dari tabel distribusi t pada  $\alpha$  dan *degress of freedom* tertentu. ( $\alpha=5\%$ )

3) Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Keputusan menerima dan menolak  $H_0$  adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya bagi hasil berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*

Jika nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya bagi hasil tidak berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*

2. Jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya biaya promosi berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*

Jika nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya biaya promosi tidak berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*