



PENGARUH BAGI HASIL, BIAYA PROMOSI, EFISIENSI OPERASIONAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP JUMLAH DEPOSITO *MUDHARABAH*

Nurhidayat Sifki✉, Ibram Pinondang Dalimunthe
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
✉sifkinurhidayah@gmail.com, ibram@unpam.ac.id

<https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.505>

Received: Feb 26, 2022 Revised: Apr 09, 2022 Accepted: Apr 27, 2022 Published: Jun 23, 2022

ABSTRACT

This study aims to show the effect of profit-sharing, promotion costs, operational efficiency, and company size on the number of mudharabah deposits. This study includes quantitative using secondary data from Islamic commercial banks (ICB). The population of this study is ICB registered with the financial services authority (FSA) in 2015-2020. The sample selection used the purposive sampling technique. The sample was obtained from as many as 8 ICB for six years, so the total data was 48. The data analysis method used multiple linear regression with the help of e-views software. The results showed that profit sharing and company size positively and significantly affected the number of mudharabah deposits. Promotion costs and operational efficiency do not affect the number of mudharabah deposits. Simultaneously profit-sharing, promotion costs, operational efficiency, and company size affect the number of mudharabah deposits. This study can be a reference for ICB management in improving its performance, especially in enlarging ICB. Then increase the profit-sharing customers receive, so customers are more interested in depositing their funds in the ICB.

Keywords: profit sharing, promotional costs, operational efficiency (BOPO), size company, mudharabah deposit amount.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional dan ukuran perusahaan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder bank umum syariah (BUS). Populasi penelitian ini merupakan BUS yang terdaftar di otoritas jasa keuangan (OJK) tahun 2015-2020. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel diperoleh sebanyak 8 BUS selama 6 tahun, sehingga total data sebanyak 48. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *software e-views*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Biaya promosi dan efisiensi operasional tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Secara simultan bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen BUS dalam meningkatkan kinerjanya, terutama dalam memperbesar BUS. Kemudian meningkatkan bagi hasil yang diterima nasabah supaya nasabah semakin tertarik untuk mendepositokan dananya di BUS.

Kata kunci: bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional (BOPO), ukuran perusahaan, jumlah deposito *mudharabah*.



PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, peranan perbankan sangatlah besar dalam memajukan perekonomian suatu negara. Indonesia sebagai negara terbesar penduduk muslimnya memerlukan perbankan syariah dalam meningkatkan ekonomi masyarakat terutama umat muslim. Perbankan syariah dalam menjalankan fungsinya memerlukan dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan permodalan dan memenuhi kebutuhan pembiayaan. Salah satu sumber dana yang dimiliki bank syariah adalah dana yang berasal pihak ketiga (DPK). DPK merupakan dana simpanan tidak terikat yang dipercayakan nasabah kepada bank syariah berdasarkan akad *wadiah* atau *mudharabah* dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito dan tabungan.

Berdasarkan data statistik perbankan syariah tahun 2015-2020, pertumbuhan DPK pada bank umum syariah terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun baik dari produk simpanan/investasi berupa giro, tabungan maupun deposito (OJK 2021). Dari data tersebut deposito merupakan produk penghimpunan dana yang paling diminati masyarakat dan memberikan proporsi terbesar terhadap total dana pihak ketiga bank syariah dibanding produk simpanan lainnya. Kemudian keberadaan produk deposito *mudharabah* semakin kuat dengan dikeluarkannya fatwa dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia (DSN-MUI) nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang deposito syariah (MUI 2000a). Fatwa tersebut menyatakan bahwa deposito yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga, sedangkan deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*.

Tingginya minat masyarakat terhadap produk deposito *mudharabah* dapat dipahami karena deposito pada bank syariah memberikan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan simpanan lainnya. Peningkatan jumlah deposito *mudharabah* tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhinya antara lain bagi hasil yang diterima nasabah, biaya promosi, efisiensi operasional dan ukuran perusahaan. Faktor bagi hasil dalam mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* sudah diteliti oleh Setyawati, Arifati, and Andini (2016); Mardianti and Riduwan (2016); Meyliana and Mulazid (2017); Abdaliah and Ikhsan (2018); Romi and M.Nur (2019); Ningsih and Ambarsari (2020); Sulistyawati, Hidayah, and Santoso (2020) dengan hasil penelitian yang berbeda. Namun penelitian tersebut tidak meneliti faktor efisiensi operasional. Selanjutnya faktor biaya promosi dalam mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* sudah diteliti oleh Arif (2010); Setyawati, Arifati, and Andini (2016); Juniarty, Mifrahi, and Tohirin (2017); Hermawan and Wahyuati (2018), akan tetapi penelitian tersebut tidak mengkaji efisiensi operasional dan ukuran perusahaan.

Faktor efisiensi operasional dalam mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* sudah diteliti oleh Novianti, Badina, and Erlangga (2016); Arif and Hanifah (2017); Juliana and Mulazid (2017); Sabtianto and Yusuf (2019); Karolina, Nuryani, and Hidayat (2020) dengan hasil yang berbeda. Akan tetapi penelitian tersebut tidak mengkaji biaya promosi. Faktor ukuran perusahaan dalam mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* sudah diteliti oleh Piliyanti and Wahyuni (2014); Arif and Hanifah (2017); Abdaliah and Ikhsan (2018); Sulistyawati, Hidayah, and Santoso (2020) dengan hasil yang berbeda. Namun penelitian tersebut tidak mengkaji biaya promosi. Berdasarkan faktor-faktor dari



penelitian tersebut, terlihat hasil yang tidak konsisten dan terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional dan ukuran perusahaan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

TELAAH LITERATUR

Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan salah satu pilar dalam memahami manajemen keuangan diperusahaan, khususnya perusahaan perbankan syariah. Sinyal ini berupa informasi yang menggambarkan mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh bank syariah merupakan hal yang penting, karena akan berdampak terhadap keputusan investasi pihak diluar bank syariah tersebut (Priyanto and Dalimunth 2021). Teori sinyal ini relevan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini karena sinyal-sinyal dan informasi yang beredar dapat mempengaruhi keputusan yang diambil investor. Informasi yang diterima oleh investor nantinya akan diterjemahkan sebagai sinyal yang baik atau buruk. Bank dapat memberikan sinyal berupa seberapa tinggi keuntungan yang dicapai perusahaan ataupun berupa informasi-informasi yang terkait mengenai kinerja keuangan bank tersebut. Jika kesehatan dan kinerja manajemen dari suatu bank baik maka masyarakat akan menginvestasikan atau mendepositokan dananya di bank tersebut (Cahya et al. 2020).

Deposito *Mudharabah*

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang memiliki jumlah minimal dan jangka waktu tertentu dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan (Khaddafi et al. 2016, 182). Nasabah membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu yang telah disepakati, sehingga nasabah tidak dapat mencairkan dananya sebelum jatuh tempo. Produk penghimpunan dana ini biasanya dipilih nasabah yang memiliki kelebihan dana, sehingga selain bertujuan untuk menyimpan dana tetapi juga dapat dijadikan sebagai sarana berinvestasi (Nurianto 2010, 35). Dalam mengelola dana tersebut bank tidak bertanggung jawab atas kerugian yang bukan disebabkan atas kelalaiannya. Menurut OJK (2015) deposito adalah investasi dana nasabah pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank. 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 dengan bank syariah atau unit-unit syariah (UUS) (Presiden RI 2008). Deposito *mudharabah* adalah investasi melalui simpanan pihak ketiga akad *mudharabah* dimana pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan bagi hasil keuntungan sesuai dengan *nisbah* yang disepakati sejak awal dan penarikannya hanya dapat dilakukan dalam waktu tertentu biasanya 1,3,6,12 bulan (Khaddafi et al. 2016, 182).



Bagi Hasil

Menurut fatwa DSN-MUI nomor 15/DSN-MUI/IX/2000, bagi hasil merupakan pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul mal*) dan pengelola (*mudharib*) dalam suatu bentuk usaha kerjasama (MUI 2000b). Bagi hasil yang ditawarkan bank syariah yaitu berdasarkan *nisbah* bagi hasil. *Nisbah* bagi hasil merupakan proporsi keuntungan bagi hasil antara nasabah dan bank syariah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk persentase (Cahya et al. 2020). Menurut Rahayu and Siregar (2018) bagi hasil merupakan suatu sistem yang dianggap penting dalam meningkatkan jumlah deposito *mudharabah* dan menjadi salah satu alasan nasabah membuat keputusan untuk menginvestasikan dananya pada produk deposito. Tinggi rendahnya bagi hasil yang ditawarkan bank kepada nasabah akan sangat menentukan minat nasabah untuk menyimpan uangnya pada bank tersebut.

Biaya Promosi

Berdasarkan peraturan menteri keuangan nomor 02/PMK.03/2010 pasal 1 yang dimaksud dengan 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 (Kemenkeu RI 2010). Menurut Juniarty, Mifrahi, and Tohirin (2017) promosi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menarik nasabah. Dengan promosi masyarakat akan lebih mengenal dan mengerti tentang deposito *mudharabah*. Apabila biaya promosi dinaikkan dari sebelumnya maka akan meningkatkan kegiatan promosi yang diharapkan dapat memberikan respon positif terhadap penjualan akan produk simpanan bank syariah khususnya produk deposito *mudharabah* (Juniarty, Mifrahi, and Tohirin 2017).

Efisiensi Operasional (BOPO)

Efisiensi dapat diartikan hasil yang sesuai antara input yang dimasukan dengan output yang dihasilkan. Efisiensi ini berperan sebagai ukuran keberhasilan suatu proyek yang dinilai dari besarnya biaya dan sumber daya guna mencapai hasil yang diharapkan. Semakin sedikit biaya yang dikeluarkan dalam mencapai hasil yang diharapkan maka prosesnya semakin efisien. Efisiensi operasional diproksikan dengan rasio BOPO. BOPO merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Semakin rendah BOPO berarti semakin efisien bank tersebut dalam mengendalikan biaya operasionalnya, dengan adanya efisiensi biaya maka keuntungan yang diperoleh bank akan semakin besar (Karolina, Nuryani, and Hidayat 2020).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari sisi total aset, total pendapatan dalam satu tahun, nilai pasar saham dan sebagainya yang menggambarkan kekayaan perusahaan (Sulistiyawati, Hidayah, and Santoso 2020). Sedangkan menurut Abdaliah and Ikhsan (2018) ukuran perusahaan (bank syariah) dapat dilihat dari pertumbuhan aset yang dimiliki perbankan syariah. Pada umumnya depositan akan lebih merasa



nyaman menyimpan dananya di bank syariah yang mempunyai ukuran besar dan berfikir akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah dalam hal ini simpanan berupa deposito.

Pengembangan Hipotesis

Bagi hasil merupakan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal tersebut terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan menggunakan *nisbah*. Nisbah sendiri berarti presentase bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan (Romi and Nur 2019). Penelitian mengenai pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* Setyawati, Arifati, and Andini (2016); Meyliana and Mulazid (2017); Marhamah (2017); Abdaliah and Ikhsan (2018); Romi and Nur (2019); Ningsih and Ambarsari (2020) yang menyatakan bahwa bagi hasil mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah*, maka dapat dirumuskan hipotesis H1: diduga adanya pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa (Arif 2010). Biaya promosi yang dikeluarkan bank merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan bank untuk keperluan merekrut nasabah baru dan untuk mempertahankan loyalitas nasabah melalui iklan, pengenalan produk, *sponsorship*, penerbitan brosur, pemberian hadiah dan lain-lain. Agar produk yang ada pada bank syariah laku dijual kepada masyarakat, maka masyarakat harus mengetahui adanya keberadaan produk tersebut jika dibandingkan dengan produk pesaing yang lain. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Dalam kegiatan promosi, setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasanya baik secara langsung maupun tidak langsung karena promosi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menarik nasabah. Ketika biaya promosi meningkat maka deposito *mudharabah* juga akan mengalami peningkatan (Arif 2012, 169). Hal tersebut didukung oleh penelitian Setyawati, Arifati, and Andini (2016); Juniarty, Mifrahi, and Tohirin (2017); Hermawan and Wahyuati (2018) yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* dan dana pihak ketiga, maka dapat dirumuskan hipotesis H2: diduga adanya pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Efisiensi operasional atau BOPO merupakan rasio perbandingan antara total biaya operasi dengan total pendapatan operasi. BOPO merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasionalnya (Arif and Hanifah 2017). Semakin rendah nilai BOPO berarti semakin efisiensi bank tersebut dalam mengendalikan biaya operasionalnya. Karena kegiatan utama bank pada prinsipnya adalah bertindak sebagai perantara yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Pencapaian efisiensi operasi akan mendukung keberhasilan manajemen dalam memenuhi keinginan investor. Investor akan menilai keberhasilan manajemen melalui kinerja yang dicapai. Informasi BOPO akan diterima oleh pihak luar atau



calon nasabah sebagai penilaian kinerja suatu bank. Semakin kecil rasio BOPO berarti semakin efisien beban operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan, sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Dengan begitu nasabah akan tertarik untuk menghimpun dananya di bank syariah yang kemudian akan berdampak pada meningkatnya deposito *mudharabah* (Cahya et al. 2020). Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arif and Hanifah (2017); Juliana and Mulazid (2017); Karolina, Nuryani, and Hidayat (2020) yang mengemukakan bahwa BOPO berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu jumlah deposito *mudhārabah* dan dana pihak ketiga, maka dapat dirumuskan hipotesis H3: diduga adanya pengaruh BOPO terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dalam hal ini bank syariah yang dapat dilihat dari asset, modal, atau pun dari nilai bank tersebut (Sulistiyawati, Hidayah, and Santoso 2020). Semakin besar ukuran suatu perusahaan dalam hal ini bank, maka masyarakat akan merasa aman dan mempercayakan untuk menginvestasikan dananya pada bank tersebut dimana hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah dana yang dihimpun oleh bank tersebut (Arif and Hanifah 2017). Selain itu, semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Piliyanti and Wahyuni (2014); Arif and Hanifah (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*, maka dapat dirumuskan hipotesis H4: diduga adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kuantitatif asosiatif yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel diukur biasanya dengan instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor 2017, 56). Penelitian ini menggunakan data sekunder. Sumber data diperoleh dari website resmi OJK dan BUS yang dijadikan objek penelitian. Sumber data berupa laporan tahunan dari sampel BUS selama periode 2015-2020. Populasi dalam penelitian ini adalah BUS yang terdaftar di OJK yaitu sebanyak 14 bank untuk periode 2015-2020. Penentuan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria BUS yang menerbitkan laporan keuangan tahunan lengkap dari tahun 2015-2020; BUS yang memiliki data bagi hasil, biaya promosi, rasio BOPO dan ukuran perusahaan pada periode 2015-2020; dan BUS yang terbebas dari masalah *outliers* selama periode 2015-2020. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 8 BUS yaitu PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Syariah Bukopin, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Victoria Syariah, PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. BCA Syariah, PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dan PT. Bank BRI Syariah. Sehingga jumlah sampel secara keseluruhan untuk periode 6 tahun adalah sebanyak 48 data sampel penelitian. Teknik analisis



data menggunakan model regresi linear berganda karena menggunakan lebih dari dua variabel independen. Melalui analisis regresi ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara individual (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Table 1 menunjukkan bahwa total keseluruhan observasi yang diolah penulis adalah sebanyak 48 observasi yang terdiri dari 8 BUS dari tahun 2015-2020. Nilai rata-rata (*mean*) jumlah deposito *mudharabah* sebesar memiliki nilai rata-rata sebesar Rp. 14.130.772 juta dengan standar deviasi sebesar Rp. 12.917.043 juta yang nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata (*mean*), hal ini menunjukkan bahwa data di dalam variabel tersebut cukup baik. Nilai rata-rata (*mean*) bagi hasil sebesar Rp. 845.350,4 juta dan nilai standar deviasi sebesar Rp. 721.105,5, karena nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dibandingkan dengan standar deviasi maka hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel penelitian ini cukup baik.

Nilai rata-rata (*mean*) biaya promosi sebesar Rp. 28.944,03 dan nilai standar deviasi sebesar Rp. 34.029,21, karena nilai rata-rata (*mean*) lebih kecil dibandingkan dengan standar deviasi maka hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel penelitian ini kurang baik. Nilai rata-rata (*mean*) efisiensi operasional (BOPO) sebesar 0,917560 dan nilai standar deviasi sebesar 0,122557, karena nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dibandingkan dengan standar deviasi maka hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel penelitian ini cukup baik. Nilai rata-rata (*mean*) ukuran perusahaan sebesar Rp. 31.645.524 juta dan nilai standar deviasi sebesar Rp. 31.948.173, karena nilai rata-rata (*mean*) lebih kecil dibandingkan dengan standar deviasi maka hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel penelitian ini kurang baik.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i>	Bagi Hasil	Biaya Promosi	Efisiensi Operasional (BOPO)	Ukuran Perusahaan
<i>Mean</i>	14.130.772	845.350,4	28.944,03	0,917560	31.645.524
<i>Median</i>	9.203.547	581.077	12.792,22	0,931450	19.726.336
<i>Maximum</i>	45.529.456	2.402.722	108.712	1,313400	1,27E+08
<i>Minimum</i>	1.024.828	76.718,79	156,0000	0,580700	1.379.266
<i>Std. Dev.</i>	12.917.043	721.105,5	34.029,21	0,122557	31.948.173

Sumber: data sekunder (diolah)

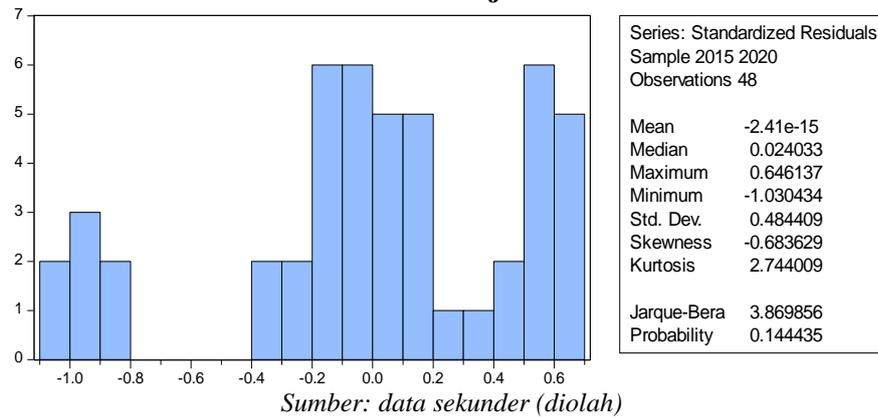
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal (Ghozali and Ratmono 2017, 145). Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji Normalitas merupakan keputusan terdistribusi normal atau tidaknya residual secara sederhana dengan membandingkan nilai JB (*Jarque-*



Bera) hitung dengan *Chi-Square* tabel, serta membandingkan probabilitas hitung dengan tingkat signifikan (*alpha*) yaitu sebesar 0,05.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan Gambar 1, diperoleh nilai dari *Jarque-Bera* yaitu 3,869856 dengan probabilitasnya 0,144435, sehingga nilai *probability* dari *Jarque-Bera* lebih besar dari nilai signifikansi *alpha* yaitu $0,144435 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, yang berarti model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika antar variabel ada korelasi yang cukup tinggi maka terdapat indikasi adanya multikolinearitas. Uji ini diidentifikasi dengan menghitung nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas (Ghozali 2013, 106). Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai VIF pada centered VIF semua variabel lebih kecil dari 10, sehingga dapat dinyatakan pada data tersebut tidak terjadi multikolinearitas..

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0,222801	64,08400	N.A.
Bagi Hasil	4,90E-14	17,24183	7,173569
Biaya Promosi	8,35E-12	4,737278	2,724371
BOPO	0,256306	63,15141	1,084238
Ukuran Perusahaan	3,27E-17	18,84019	9,410596

Sumber: data sekunder (diolah)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap

maka disebut dengan homoskedastisitas. Begitupun sebaliknya jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang terjadi homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yaitu meregresikan nilai mutlaknya dengan variabel independen. Apabila nilai *probability F statistic* dan *probability chi-square* lebih besar dari taraf signifikan (α) 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Namun apabila nilai *probability F statistic* dan *probability chi-square* kurang dari taraf signifikan (α) 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali 2013, 105). Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai *probability F statistic* sebesar 0,4852 dan *probability chi-square* dan 0,4594 lebih dari 0,05 artinya data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>F-statistic</i>	0,877700	<i>Prob. F(4,43)</i>	0,4852
<i>Obs*R-squared</i>	3,623210	<i>Prob. Chi-Square(4)</i>	0,4594
<i>Scaled explained SS</i>	2,873745	<i>Prob. Chi-Square(4)</i>	0,5792

Sumber: data sekunder (diolah)

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk menguji korelasi antar anggota dalam suatu observasi yang diurutkan menurut ruang dan waktu dan untuk menguji dalam model regresi linear ada atau tidak korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali 2013, 110). Dengan kata lain uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi variabel yang ada pada model prediksi dengan perubahan waktu. Uji autokorelasi menggunakan uji Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test. Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai probabilitas Chi-Square (2) yang merupakan nilai p -value uji Breusch-Godfrey Serial Correlation yaitu sebesar 0,4746 dimana lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

<i>F-statistic</i>	0,657011	<i>Prob. F(2,41)</i>	0,5238
<i>Obs*R-squared</i>	1,490595	<i>Prob. Chi-Square(2)</i>	0,4746

Sumber: data sekunder (diolah)

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh atau hubungan variabel independen dengan variabel dependen (Wibisono 2015, 529). Dalam peneliann ini terdapat empat variabel dependen yang digunakan yaitu, bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional (BOPO), dan ukuran perusahaan. Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 15,8028 + 8,48E-07 * X1 - 2,33E-06 * X2 - 0,8530 * X3 + 8,61E-09 * X4 + e$. Konstanta sebesar 15,8028, menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap nol maka nilai jumlah deposito *mudharabah* adalah sebesar 15,8028. Koefisien regresi untuk bagi hasil sebesar 8,48E-07, ini menyatakan bahwa jika bagi hasil meningkat 1 satuan maka jumlah deposito *mudharabah* akan meningkat sebesar 8,48E-07. Koefisien regresi untuk biaya promosi sebesar $-2,33E-06$, ini menyatakan bahwa jika biaya promosi meningkat 1 satuan maka jumlah deposito *mudharabah* akan



mengalami penurunan sebesar $-2,33E-06$. Koefisien regresi untuk efisiensi operasional (BOPO) sebesar $-0,8530$, ini menyatakan bahwa jika efisiensi operasional (BOPO) meningkat 1 satuan maka jumlah deposito *mudharabah* akan mengalami penurunan sebesar $-0,8530$. Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan sebesar $8,61E-09$, ini menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat 1 satuan maka jumlah deposito *mudharabah* akan mengalami peningkatan sebesar $8,61E-09$.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
<i>Constans</i>	15,80279	0,454536	34,76685	0.0000
Bagi Hasil	8,48E-07	2,08E-07	4,070029	0.0002
Biaya Promosi	-2,33E-06	2,08E-06	-1,122584	0.2678
BOPO	-0,853048	0,426888	-1,998294	0.0520
Ukuran Perusahaan	8,61E-09	3,54E-09	2,433857	0.0192
<i>R-squared</i>	0,590664	<i>Mean dependent var</i>		3,051637
<i>Adjusted R-Squared</i>	0,552586	<i>S.D. dependent var</i>		0,306349
<i>S.E. of Regression</i>	0,204914	<i>Sum squared resid</i>		1,805553
<i>F-Statistic</i>	15,51201	<i>Durbin-Watson stat</i>		1,316715
<i>Prob (F-Statistic)</i>	0,000000			

Sumber: data sekunder (diolah)

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan Tabel 5, hasil menunjukkan bahwa nilai probabilitas bagi hasil adalah 0,0002 dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,00002 < 0,05$). Sedangkan hasil perbandingan nilai t adalah t_{hitung} (4,070029) $> t_{tabel}$ (1,681071). Hasil ini menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* artinya H1 diterima. Nilai probabilitas biaya promosi adalah 0,2678 dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,2678 > 0,05$). Sedangkan hasil perbandingan nilai t adalah t_{hitung} (-1,122584) $< t_{tabel}$ (1,681071). Hasil ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* artinya H2 ditolak. Nilai probabilitas efisiensi operasional (BOPO) adalah 0,0520 dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,0520 > 0,05$). Sedangkan hasil perbandingan nilai t adalah t_{hitung} (-1,998294) $< t_{tabel}$ (1,681071). Hasil ini menunjukkan bahwa efisiensi operasional (BOPO) tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* artinya H3 ditolak. Nilai probabilitas ukuran perusahaan adalah 0,0192, dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,0192 < 0,05$). Sedangkan hasil perbandingan nilai t adalah t_{hitung} (2,433857) $> t_{tabel}$ (1,681071). Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* artinya H4 diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,51201 dan nilai probabilitas sebesar 0,000000, sementara F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 dan df $(n-k-1) = (48-4-1) = 43$ didapat F_{tabel} 2,58. Berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,512 > 2,58$) dan $0,000000 < 0,05$, dengan demikian dapat dikatakan bahwa bagi hasil,



biaya promosi, efisiensi operasional (BOPO) dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Adjusted R-Squared*. Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,552586, ini menunjukkan bahwa bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional (BOPO), dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan jumlah deposito *mudharabah* sebesar 55,26% sisanya sebesar 44,74% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Nilai koefisien bagi hasil menunjukkan angka positif, artinya bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Semakin tinggi bagi hasil yang didapatkan nasabah, maka akan semakin meningkatkan jumlah deposito *mudharabah*. Sebaliknya, semakin kecil bagi hasil yang diterima nasabah, maka akan menurunkan jumlah deposito *mudharabah*. Hal ini dapat terjadi karena dalam menginvestasikan dananya di bank tentunya nasabah akan memperhatikan tingkat keuntungan yang akan diperolehnya semakin tinggi bagi hasil yang didapatkan nasabah maka akan semakin meningkatkan jumlah deposito *mudharabah*. Tinggi rendahnya bagi hasil yang ditawarkan bank kepada nasabah akan sangat menentukan minat dan persepsi nasabah untuk menyimpan uangnya di bank syariah (Arianti and Ishak 2020). Hal ini dibuktikan dengan jumlah bagi hasil yang diterima nasabah selama periode penelitian yang diberikan oleh bank mengalami peningkatan yang hampir sama setiap tahunnya dengan peningkatan jumlah deposito *mudharabah*. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Romi and Nur (2019); Ningsih and Ambarsari (2020) yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardianti and Riduwan (2016); Farizi and Riduwan (2016); Sulistyawati, Hidayah, and Santoso (2020) yang menyatakan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* karena mungkin nasabah yang menempatkan dananya tidak lagi dipengaruhi oleh motif mencari keuntungan, melainkan lebih kepada kesesuaian dengan syariah. Selain itu juga bagi hasil yang didapatkan tersebut tidak pasti dan tetap pada bank syariah.

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Ketika biaya promosi meningkat, tidak akan menaikkan jumlah deposito *mudharabah* itu sendiri. Hal ini disebabkan karena biaya yang digunakan untuk promosi tidak berjalan secara efektif dan hasilnya tidak sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkan. Hal ini bisa dilihat dari segi sarana promosi yang dilakukan, masih menggunakan *sales promotion* dan *personal selling* sebagai alat untuk mempromosikan produk. Sedangkan sarana



promosi lainnya seperti periklanan melalui iklan di televisi masih kurang dalam penerapannya. Promosi penjualan melalui pemberian *gift*, kupon, voucher gratis pada produk deposito masih belum banyak BUS yang memaanfaatkannya secara maksimal. Secara personalpun, BUS belum dapat menjadikan *brand liking* menjadi alat promosi, sehingga tidak dapat mempertahankan nasabah bahkan mendapat nasabah baru. Anggaran promosi yang dikeluarkan oleh BUS relatif kecil dibandingkan dengan promosi yang dilakukan lembaga keuangan konvensional. Selain itu sasaran yang kurang tepat dalam melakukan promosi juga menyebabkan tidak berpengaruhnya biaya promosi terhadap deposito *mudharabah*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mumtazah and Septiarini (2016); Lestari (2019); Nopitasari (2019) yang menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*. Akan tetapi, hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setyawati, Arifati, and Andini (2016); Juniarty, Mifrahi, and Tohirin (2017); Hermawan and Wahyuati (2018); Ramadhan (2021) yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap deposito *mudharabah* dikarenakan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menarik nasabah. Ketika biaya promosi meningkat maka deposito *mudharabah* juga akan mengalami peningkatan (Arif 2012).

Pengaruh Efisiensi Operasional Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa efisiensi operasional (BOPO) tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Kenaikan ataupun penurunan rasio BOPO tidak berdampak pada jumlah deposito *mudharabah*. Hal ini dikarenakan pada data penelitian ini rata-rata rasio BOPO pada BUS adalah 92% artinya tergolong pada kategori tidak sehat, sedangkan setiap tahunnya jumlah deposito *mudharabah* terus mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Novianti, Badina, and Erlangga (2016); Sabtianto and Yusuf (2019) yang menyatakan bahwa BOPO tidak memiliki pengaruh terhadap dana pihak ketiga dalam hal ini jumlah deposito *mudharabah*. Biaya operasional yang tinggi akan memperlihatkan ketidakseimbangan antara pendapatan operasional dan biaya operasional sehingga akan menimbulkan efek buruk untuk kesehatan bank. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif and Hanifah (2017); Juliana and Mulazid (2017); Karolina, Nuryani, and Hidayat (2020) yang menyatakan bahwa BOPO berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*. Besar kecilnya rasio BOPO dapat dijadikan ukuran bagi nasabah untuk mendepositokan dananya di bank syariah.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Hasil penelitian ini menemukan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Nilai koefisien ukuran perusahaan menunjukkan angka positif, artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan investasi. Bank yang memiliki total asset yang besar menunjukkan bahwa bank tersebut memiliki prospek yang baik yang relatif lama dilihat dari asset atau kekayaan yang dimilikinya, selain itu juga mampu



menggambarkan bahwa bank tersebut relatif lebih stabil dalam kesiapan untuk menghadapi masalah ekonomi sehingga nasabah merasa aman untuk menandatangani dananya di bank tersebut karena kecil kemungkinan bank tersebut bangkrut. Kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar apabila ukuran perusahaan tersebut semakin besar. Hal ini dikarenakan perusahaan besar akan lebih membutuhkan dana yang lebih besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatifnya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Armelia 2016, 4). Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif (2012); Piliyanti and Wahyuni (2014); Arif and Hanifah (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan akan menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk berinvestasi, jika bank memiliki ukuran yang besar artinya bank tersebut memiliki modal dan total asset yang besar. Apabila ekonomi sedang tidak stabil, bank tersebut memiliki kesiapan untuk mengatasinya sehingga nasabah akan mempercayakan dananya untuk disimpan dan investasikan pada bank tersebut. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abdaliah and Ikhsan (2018); Sulistyawati, Hidayah, and Santoso (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* karena tidak semua masyarakat memilih menandatangani dananya ke bank yang besar, melainkan masyarakat lebih kepada mencari bank yang dapat memberikan keuntungan melalui bunga atau bagi hasil yang diberikan bank.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Efisiensi operasional (BOPO) tidak berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Secara simultan bagi hasil, biaya promosi, efisiensi operasional (BOPO) dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen BUS dalam meningkatkan kinerjanya, terutama dalam memperbesar BUS. Kemudian meningkatkan bagi hasil yang diterima nasabah supaya nasabah semakin tertarik untuk menandatangani dananya di BUS. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan tersebut antara lain adalah waktu dan jumlah sampel yang masih sedikit serta terbatasnya variabel yang independen sebagai faktor yang mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah*.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen seperti suku bunga, kurs, inflasi, produk domestik bruto (PDB), *non performing financing* (NPF), *financing to deposit ratio* (FDR), jumlah kantor, dan lain-lain. Kemudian menambah sampel dan periode dalam penelitian agar hasil yang didapatkan dapat lebih akurat dan maksimal. Penelitian ini menggunakan data sekunder, untuk itu penelitian selanjutnya menggunakan data primer. Perbankan syariah diharapkan agar dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* yaitu bagi hasil dan ukuran perusahaan. Bagi



nasabah agar dapat memperhatikan total aset dan bagi hasil yang ditawarkan bank dalam menyimpan dana dalam bentuk deposito *mudharabah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdaliah, Abdaliah, and Adhisyahfitri Evalina Ikhsan. 2018. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Tingkat Suku Bunga, Jumlah Kantor, Dan Ukuran Bank Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* 3 (4): 538–51. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKA/article/view/10667>.
- Arianti, Devi Wahyu, and Khodijah Ishak. 2020. "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Deposito Terhadap Persepsi Nasabah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1 (2): 170–79. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i2.237>.
- Arif, Mohammad Nur Rianto Al. 2010. "Efektivitas Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 15 (3): 1–12. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/537>.
- . 2012. *Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arif, Mohammad Nur Rianto Al, and Hanifah Hanifah. 2017. "Determinan Deposito Pada Bank Umum Syariah: Model Regresi Panel." *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan (JEKT)* 10 (1): 39–46. <https://doi.org/10.24843/jekt.2017.v10.i01.p05>.
- Armelia, Shelly. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas Dan Struktur Aktifa Terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Go Publik (Studi Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga)." *Jurnal Online Mahasiswa FISIP UNRI* 3 (2): 1–9. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11250>.
- Cahaya, Bayu Tri, Rikha Zakiyah, Rukmini Rukmini, and Aryanti Muhtar Kusuma. 2020. "Analisis Tingkat Bagi Hasil Mudharabah: Di Tinjau Dari Rasio Return on Assets (ROA), Financial to Deposit Ratio (FDR) Dan Biaya Operasional Dari Pendapatan Operasional (BOPO) (Studi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (2): 321–29. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1003>.
- Farizi, Fauzan Al, and Akhmad Riduwan. 2016. "Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Likuiditas, Dan Bagi Hasil Terhadap Deposito Mudharabah." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 5 (4): 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1717>.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dwi Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Achbar, and Aniek Wahyuati. 2018. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga Di Perusahaan Perbankan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 7 (8): 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1498>.
- Juliana, Sisca, and Ade Sofyan Mulazid. 2017. "Analisa Pengaruh BOPO,



- Kecukupan Modal, Pembiayaan Bermasalah, Bagi Hasil Dan Profitabilitas Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2015.” *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2 (1): 24–45. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v2i1.602>.
- Juniarty, Nila, Mustika Noor Mifrahi, and Achmad Tohirin. 2017. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 3 (1): 36–42. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol3.iss1/art5>.
- Karolina, Karolina, Anum Nuryani, and Arif Hidayat. 2020. “Pengaruh Efisiensi Operasional, Kecukupan Modal, Risiko Kredit Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Di Wilayah Tangerang.” *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 8 (2): 112. <https://doi.org/10.32493/jk.v8i2.y2020.p112-128>.
- Kemenkeu RI. 2010. *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 02/PMK.03/2010 Tentang Biaya Promosi Yang Dapat Dikurangkan Dari Penghasilan Bruto*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Khaddafi, Muammar, Saparuddin Siregar, Hendra Harmain, Nurlaila Nurlaila, Muhammad Zaki, and Dahrani Dahrani. 2016. *Akuntansi Syariah*. Edited by Arfan Ikhsan. Medan: Madenatera.
- Lestari, Ayu. 2019. “Pengaruh Inflasi, Jumlah Bagi Hasil, Dan Biaya Promosi Terhadap Deposito Mudharabah Pada PT. BRI Syariah Tbk.” UIN Sumatera Utara. <http://repository.uinsu.ac.id/7713/>.
- Mardianti, Amelia, and Akhmad Riduwan. 2016. “Pengaruh Bagi Hasil Dan Suku Bunga Bank Konvensional Pada Jumlah Deposito Mudharabah.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 5 (7). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/355>.
- Marhamah, Ismayana. 2017. “Tingkat Bagi Hasil, Pertumbuhan Likuiditas, Dan Produk Domestik Bruto Terhadap Simpanan Mudharabah.” *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 1 (1): 15–25. https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp15-25.
- Meyliana, Dita, and Ade Sofyan Mulazid. 2017. “Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Jumlah Bagi Hasil Dan Jumlah Kantor Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Bank Syariah Di Indonesia Periode 2011-2015.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 8 (2): 263–83. <https://doi.org/10.21580/economica.2017.8.2.1442>.
- MUI. 2000a. *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito*. Indonesia: Majelis Ulama Indonesia. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/03-Deposito.pdf>.
- . 2000b. *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 15/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Prinsip Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/13/>.
- Mumtazah, Wardati, and Dina Fitriasia Septiarini. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia (Periode Triwulan I 2010-Triwulan I 2015).” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 3 (10): 800–815. <https://doi.org/10.20473/vol3iss201610pp800-815>.
- Ningsih, Putu Tirta Sari, and Devi Ambarsari. 2020. “Pengaruh Inflasi Dan Bagi



- Hasil Terhadap Deposito Mudharabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri).” *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 1 (2): 137–50. <https://doi.org/10.37012/ileka.v1i2.295>.
- Noor, Juliansyah. 2017. *Metodologi Penelitian Skripsi Tesis Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nopitasari, Mita. 2019. “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10803/>.
- Novianti, Nana, Tenny Badina, and Aditia Erlangga. 2016. “Analisis Pengaruh Return On Asset (ROA), Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO), Suku Bunga, Financing To Deposits Ratio (FDR) Dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah (Studi Empiris Pada Bank Um.” *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 5 (1): 65–86. <https://doi.org/10.15408/ess.v5i1.2333>.
- Nurianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- OJK. 2015. “Kodifikasi Produk Dan Aktivitas Standar Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah.” Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- . 2021. “Statistik Perbankan Syariah.” Jakarta. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx>.
- Piliyanti, Indah, and Tri Wahyuni. 2014. “Tingkat Suku Bunga Deposito, Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Financing To Deposit Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia Dan Malaysia.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9 (1).
- Presiden RI. 2008. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia. https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf.
- Priyanto, Juni, and Ibram Pinondang Dalimunth. 2021. “Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Kredit Bermasalah Terhadap Laba Operasi Dengan Kantor Cabang Sebagai Pemoderasi.” In *SAKUNTALA: Prosiding Sarjana Akuntansi*, 1:2021. Universitas Pamulang. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SAKUNTALA/article/view/12743>.
- Rahayu, Sri, and Rahmadani Siregar. 2018. “Pengaruh Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Suku Bunga Berjangka Bank Indonesia Dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah.” *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* 5 (1): 1–13. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRAM/article/view/484>.
- Ramadhan, Alif Fajar. 2021. “Analisis Penetapan Nisbah Bagi Hasil Deposito Mudharabah Di BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.” IAIN Purwokerto. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9344>.
- Romi, Romiana, and Mukhlis M. Nur. 2019. “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah Dan Suku Bunga Deposito Bank Indonesia



- Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Periode 2006-2016).” *Jurnal Ekonomika Indonesia* 8 (2): 82–89. <https://doi.org/10.29103/ekonomika.v8i2.971>.
- Sabtiyanto, Reandy, and Muhamad Yusuf. 2019. “Pengaruh BOPO, CAR, FDR Dan ROA Terhadap Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *ULTIMA Accounting: Jurnal Ilmu Akuntansi* 10 (2): 169–86. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v10i2.978>.
- Setyawati, Vivi, Rina Arifati, and Rita Andini. 2016. “Pengaruh Suku Bunga Acuan, Bagi Hasil, Inflasi, Ukuran Bank, NPF, Dan Biaya Promosi Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran* 2 (2): 1–12. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/612>.
- Sulistyawati, Ardiani Ika, Nurul Hidayah, and Aprih Santoso. 2020. “Analisis Determinan Deposito Mudharabah.” *Indonesia Accounting Journal* 2 (2). <https://doi.org/10.32400/iaj.28894>.
- Wibisono, Yusuf. 2015. *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Pers.

