BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Objek Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Data-data yang digunakan dalam pembahasan ini diperoleh dari laporan biaya promosi selebgram di Putra KJU, yang terdiri dari:

Tabel 4.1

Data Biaya Promosi selebgram tahun 2016-2018 (dalam Rp .0.000)

DATA BIAYA PROMOSI SELEBGRAM
PUTRA KJU
PERIODE 2016-2018

NO	TAHUN	BULAN	TOTAL BIAYA PROMOSI SELEBGRAM (dalam Rupiah)
1	2016	JANUARI	500.000
2		FEBRUARI	500.000
3		MARET	500.000
4		APRIL	500.000
5		MEI	500.000
6		JUNI	700.000
7		JULI	700.000
8		AGUSTUS	700.000
9		SEPTEMBER	700.000
10		OKTOBER	750.000
11		NOVEMBER	750.000
12		DESEMBER	750.000

NO	TAHUN	BULAN	TOTAL BIAYA PROMOSI SELEBGRAM (dalam Rupiah)
13	2017	JANUARI	750.000
14		FEBRUARI	750.000
15		MARET	750.000
16		APRIL	750.000
17		MEI	800.000
18		JUNI	800.000
19		JULI	800.000
20		AGUSTUS	800.000
21		SEPTEMBER	950.000
22		OKTOBER	900.000
23		NOVEMBER	900.000
24		DESEMBER	900.000
25	2018	JANUARI	1.000.000
26		FEBRUARI	1.000.000
27		MARET	1.000.000
28		APRIL	1.000.000
29		MEI	1.250.000
30		JUNI	1.250.000
31		JULI	1.500.000
32		AGUSTUS	1.500.000
33		SEPTEMBER	1.500.000
34		OKTOBER	1.500.000
35		NOVEMBER	1.500.000
36		DESEMBER	1.500.000

Sumber: Putra KJU

Dari data diatas dapat diketahui bahwa total biaya promosi selebgram yang dikeluarkan tiap bulannya

mengalami fluktuasi naik turun dari bulan kesatu kebulan berikutnya.

Sedangkan gambaran data pendapatan putra kju dapat dilihat berdasarkan laporan penjualan tiket sebagai berikut:

TABEL 4.2

Data Pendapatan Selama 36 bulan

(dalam satuan jumlah tiket)

DATA PENDAPATAN PUTRA KJU
PERIODE 2016-2018

NO	BULAN	TAHUN	JUMAH PENUMPANG	HARGA TIKET (dalam Rupiah)	TOTAL PENDAPATAN (dalam Rupiah)
1	JANUARI	2016	1000	25.000	25.000.000
2	FEBRUARI		1234	25.000	30.850.000
3	MARET		1298	25.000	32.450.000
4	APRIL		1231	25.000	30.775.000
5	MEI		1245	25.000	31.125.000
6	JUNI		1289	25.000	32.225.000
7	JULI		1432	25.000	35.800.000
8	AGUSTUS		1222	25.000	30.550.000
9	SEPTEMBER		1321	25.000	33.025.000
10	OKTOBER		1190	25.000	29.750.000

11	NOVEMBER		1098	25.000	27.450.000
12	DESEMBER		1250	25.000	31.250.000
13	JANUARI	2017	1245	25.000	31.125.000
14	FEBRUARI		1258	25.000	31.450.000
15	MARET		1265	25.000	31.625.000
16	APRIL		1346	25.000	33.650.000
17	MEI		1308	25.000	32.700.000
18	JUNI		1399	25.000	34.975.000
19	JULI		1377	25.000	34.425.000
20	AGUSTUS		1438	25.000	35.950.000
21	SEPTEMBER		1390	25.000	34.750.000
22	OKTOBER		1399	25.000	34.975.000
23	NOVEMBER		1329	25.000	33.225.000
24	DESEMBER		1409	25.000	35.225.000
25	JANUARI	2018	2890	25.000	72.250.000
26	FEBRUARI		2822	25.000	70.550.000
27	MARET		2589	25.000	64.725.000
28	APRIL		2432	25.000	60.800.000

NO	BULAN	TAHUN	JUMAH PENUMPANG	HARGA TIKET (dalam Rupiah)	TOTAL PENDAPATAN (dalam Rupiah)
29	MEI		2345	25.000	58.625.000
30	JUNI		2698	25.000	67.450.000
31	JULI		2782	25.000	69.550.000
32	AGUSTUS		2890	25.000	72.250.000
33	SEPTEMBER		2789	25.000	69.725.000
34	OKTOBER		2087	25.000	52.175.000
35	NOVEMBER		2534	25.000	63.350.000
36	DESEMBER		2698	25.000	67.450.000

Sumber: Putra KJU

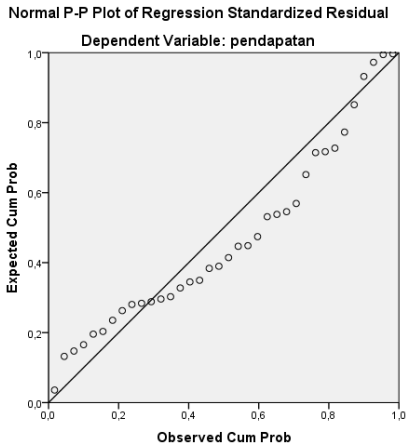
2. Uji asumsi klasik

Pengujian terhadap variabel-variabel penelitian dengan menggunakan asumsi klasik bertujuan agar model regresi dapat memenuhi kriteria *BLUE* (Best, Linear, Unbiased, Estimator).

a. Uji normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Normal P-P Plot



Gambar 4.1

Sumber: Data diolah Menggunakan SPSS 20

Dengan menggunakan aplikasi software SPSS 20, diperoleh hasil perhitungan seperti diatas yang menunjukan data terdistribusi N**ormal**, karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

Untuk menguatkan hasil uji normalitas diatas berdistribusi normal, maka peneliti melakukan uji Kolmogorov-Smirnov dengan hasil sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	9030341.6028056 2
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.152
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.913
Asymp. Sig. (2-tailed)		.375

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Gambar 4.2

Sumber: Data diolah Menggunakan SPSS 20

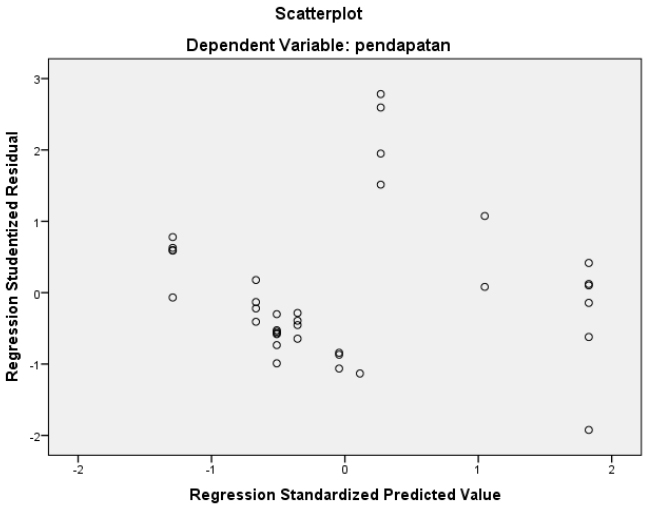
Berdasarkan tabel diatas, hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukan nilai Asymp. Sig memiliki nilai lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal dan model regresi

tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu pendapatan shuttle putra kju serang berdasarkan masukan variabel independen yaitu Promosi Selebrity instagram (Selebgram).

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varians error bersyarat x merupkan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* sebagai berikut:

Scatterplot



Gambar 4.3

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20

Dari hasil penolahan data menggunakan aplikasi software SPSS 20, diperoleh gambar seperti diatas, hal tersebut menunjukan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak pakai untuk memprediksi volume penjualan berdasarkan masukan variabel bebas biaya promosi selebgram.

Gambar 4.4

Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4763717,034	3077462,288		1,548	,131
	promosi	2,081	3,182	,111	,654	,517

a. Dependent Variable: RES2

Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai sig variabel X (promosi) = 0,517 yang artinya 0,517 > 0,05.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antara anggota serangkai observasi yang diurutkan menurut waktu atau ruang. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1(sebelumnya).

Tabel 4.4

Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,837[a]	,701	,692	9162178,38087	,768

a. Predictors: (Constant), promosi

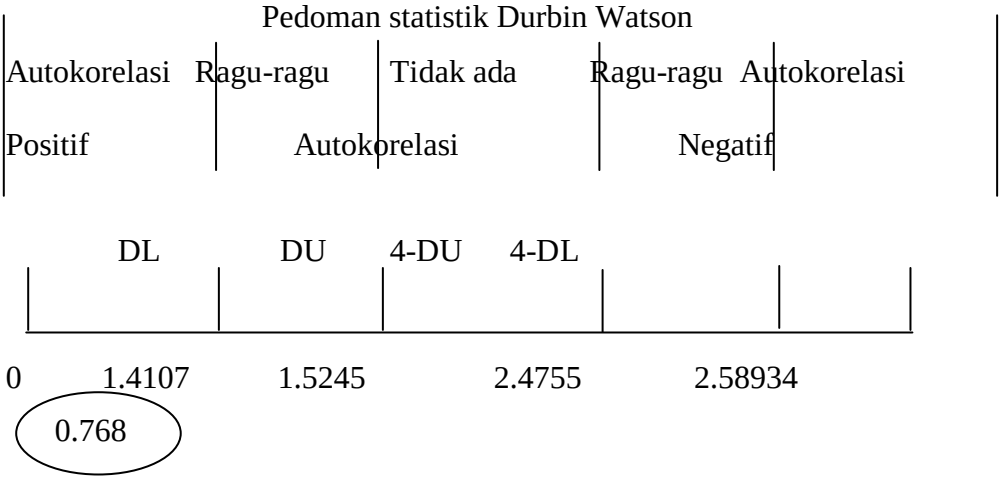
b. Dependent Variable: pendapatan

sumber: Data diolah menggunkan SPSS.20

Dari tabel 4.3 menunjukan hasil perhitungan nilai DW sebesar 0,768. Jumlah sampel 36 dan jumlah variabel bebas 1 (k=1), Nilai dL (lower) = 1,4107 dan nilai dU (upper) = 1,5245, sehingga nilai 4-dU sebesar 4-1,5245= 2,4755, sedangkan nilai 4-dL sebesar 4-1,4107=2,5893. Oleh karena itu nilai DW= 0,768 berada diantara 0 < d < dl, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi positif.

Gambar 4.5

Hasil Uji Durbin Watson I



Karena nilai DW (0.768) berada diantara nilai 0 dan DL maka terjadi autokorelasi pada regresi ini, untuk dapat memenuhi uji asumsi klasik yang berupa uji autokorelasi, maka dilakukan pengobatan autokorelasi pada penelitian ini menggunakan Cochrane-ocutt dengan tahapan sebegai berikut:

1. Lakukan regresi padapersamaan dan dapatkan nilai residualμ_t
2. Hasil estimasi residualμ_t kita gunakan untuk mengestimasi regresi di bawah ini:

$$\mu_t = \rho . \mu_{t-1} + \upsilon_t$$

3. Gunakan hasil estimasi $\boldsymbol{\rho}$ untuk mengestimasi generalized difference equation seperti dibawah ini:

$$(Yt^* = \beta_1^* + \beta_2^* + x_t^* + \varepsilon_t \ )$$

4. Nilai estimasi $\boldsymbol{\rho}$ yang diperoleh dari persamaan merupakan best estimate dari $\boldsymbol{\rho}$, substitusikan nilai $\beta_t^* = \beta_1 (1 - \rho)\ dan\ \beta_2^*$ yang diperoleh dari persamaan kedalam model regresi awal dan didapatkan nilai residual baru $\mu\ t$ dengan persamaan regresi dibawah ini:

$$\rho Y_{t-1} = \rho\beta_0 + \rho\beta_1 x_{t-1} + \rho\mu_{t-1}$$

5. Lakukan estimasi regresi dibawah ini:

$$(Y_t - \rho Y_{t-1}) = \beta_0 \ (1 - \rho \ ) + \beta_1 X_t - \rho\beta_1 X_{t-1} + (\upsilon_t - \rho\upsilon_{t-1} \ )$$

$$= \beta_0 (1 - \rho \ ) + \beta_1 (X_1 - \rho X_{t-1} \ ) + \varepsilon$$

Dimana persamaan diatas dapat diubah menjadi :

$$Y_{-baru} = \beta_0 \ (1 - \rho \ ) + \beta_1 X_{-baru} + \varepsilon$$

Tabel 4.4

Hasil pengobatan Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

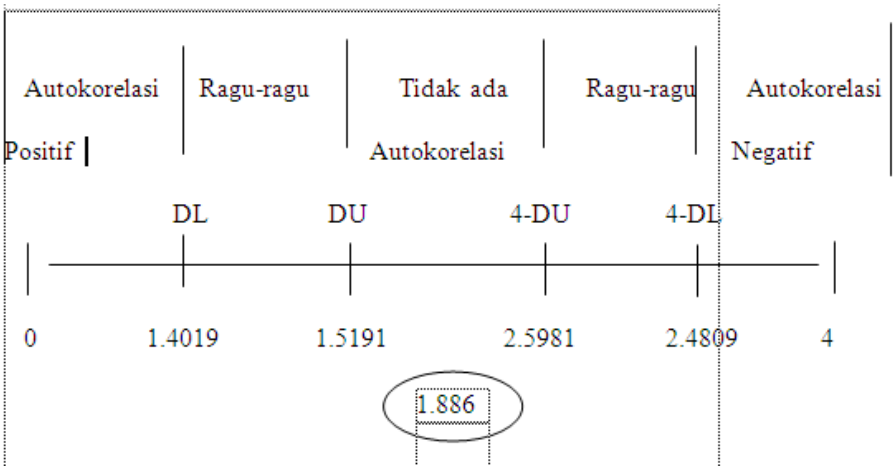
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,589[a]	,347	,327	7286329,43207	1,886

a. Predictors: (Constant), x_baru

b. Dependent Variable: y_baru

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS.20

Pada persamaan awal nilai DW sebesar 0,768 dan terjadi autokorelasi positif, sedangkan dengan persamaan regresi setelah dilakukan pengobatan nilai DW menjadi 1,886. Karena nilai DW 1,886 lebih besar dari nilai dU = 1,5191 dan kurang dari (4-dU) 2,5981. Sehingga dapat disimpukan bahwa model persamaan regresi tersebut sudah tidak mengandung masalah autokorelasi.



Berdasarkan hasil pengujian diatas, nilai DW_{hitung} sebesar 1.886 dengan diperoleh DW tabel untuk k=1 dan N=36 adalah nilai dL(batas bawah) sebesar 1.40 dan nilai dU (batas atas) sebesar 1.5191. jadi berdasarkan pedoman uji statistik Durbin-Watson dapat dilihat bahwa nilai DW_{hitung} terletak antara dU dan 4-dU,maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi sudah tidak mengandung masalah autokorelasi.

1. Analisis data

1. Regresi sederhana

Pengujian persamaan regresi dilakukan unruk menganalisa ada tidaknya pengaruh dari variabel independen yaitu biaya promosi selebgram terhadap

variabel dependen yaitu pendapatan dengan perhitungan menggunakan SPSS 20 dihasilkan tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3566863,901	3577107,743		,997	,326
	x_baru	37,678	9,002	,589	4,186	,000

a. Dependent Variable: y_baru

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu Y = 3566863,901 + 37,678 X, dengan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan:

- Konstanta sebesar 3566863,901. Artinya jika biaya promosi selebgram (X) sama dengan nol, maka pendapatan 37,678.
- Koefisien korelasi variabel biaya promosi selebgram (X) sebesar 37,678. Hal ini berarti bahwa apabila

pendapatan (Y) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka pendapatan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 37,678.

2. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Tabel 4.6

Koefisien Korelasi Sederhana

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,589[a]	,347	,327	7286329,43207	1,886

a. Predictors: (Constant), x_baru

b. Dependent Variable: y_baru

Sumber: Data diolah menggunkan SPSS.20

Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan SPSS.20, diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar 0,589 menyatakan bahwa hubungan variabel independen (promosi selebgram) terhadap variabel dependen (pendapatan) sebesar 50%. Artinya promosi selebgram mempunyai hubungan yang tinggi dengan pendapatan.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel dalam menerangkan variabel dependen (pendapatan). Hasil pengelolaan software SPSS.20 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,589[a]	,347	,327	7286329,43207	1,886

a. Predictors: (Constant), x_baru

b. Dependent Variable: y_baru

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS.20

Pada hasil estimasi nilai R square sebesar 0,347 artinya 30% nilai dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

2. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individu) mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Maka harus dilakukan uji hipotesis untuk membuktikan hasil yang telah diperoleh dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut dengan menggunakan SPSS.20:

Tabel 4.8
UJI t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3566863,901	3577107,743		,997	,326
	x_baru	37,678	9,002	,589	4,186	,000

a. Dependent Variable: y_baru

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (individu) pengaruh biaya promosi dalam uji t, didapat t_{hitung} sebesar 4,186 dengan menggunakan tingkat signifikansi α = 5% sama dengan 0,05 dan derajat kebebasan (df = n-k-1). Dengan df = 36-1-1 = 34, maka t_{tabel} diperoleh hasil sebesar 1,690. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1diterima. Dengan demikian, biaya promosiberpengaruh terhadap pendapatan.

B. Promosi dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Kegiatan promosi dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mengajak konsumen mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berbagai cara dilakukan guna menarik minat konsumen. Namun, dalam perspektif ekonomi islam telah dijelaskan bahwa jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang utama dan akan menghasilkan keberkahan jika dilakukan dengan jalan yang benar dan suka sama suka antar pihak. Suka sama suka disini berarti bahwa tidak ada pihak yang merasa tertipu, terkhianati dan terdzolimi. QS. An-Nisa menjelaskan sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlahkamusalingmemakanhartasesamamudenganjalan yang batil, kecualidenganjalanperniagaan yang berlakudengansukasama-suka di antarakamu. Dan janganlahkamumembunuhdirimu, sesungguhnya Allah adalahMahaPenyayangkepadamu.* (QS. An-Nisa [4] : 29)[1]

[1]Kementerian Agama RI.Alqur'an dan terjemahnya (jakarta:2013).83.

Allah melarang umatnya untuk saling memakan harta dengan jalan yang batil (tidak baik), kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli. Jual beli diperbolehkan oleh Allah SWT selagi memenuhi syarat suka sama suka antar pihak. Untuk itu dalam kegiatan promosi selebgram yang dilakukan perusahaan hendaknya dilakukan dengan cara yang jujur, adil, dan transparan agar tidak ada konsumen yang merasa tertipu, terdzolimi atau terkhianati.

Kegiatan promosi selebgram yang dilakukan oleh Putra KJU dalam penjualan tiket dilakukan secara jujur dan sekreatif, karena apa yang disiarkan dalam media sosial adalah nyata dan menarik konsumen guna menggunakan jasa transportasi Putra KJU. karena Islam melarang keras kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun.