

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan berupa data sekunder Pertumbuhan Biaya Promosi, Tingkat Margin dan Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang di ambil dari laporan keuangan publikasi bulanan periode 2017-2020. Sumber data diakses pada halaman resmi <http://www.ojk.co.id>. Data yang diperoleh berbentuk persentase dan desimal yang disajikan dalam tabel neraca, laporan distribusi tingkat margin dan rasio keuangan. Data yang peneliti sajikan di bawah dalam bentuk grafik dengan perhitungan rata-rata pertahun.

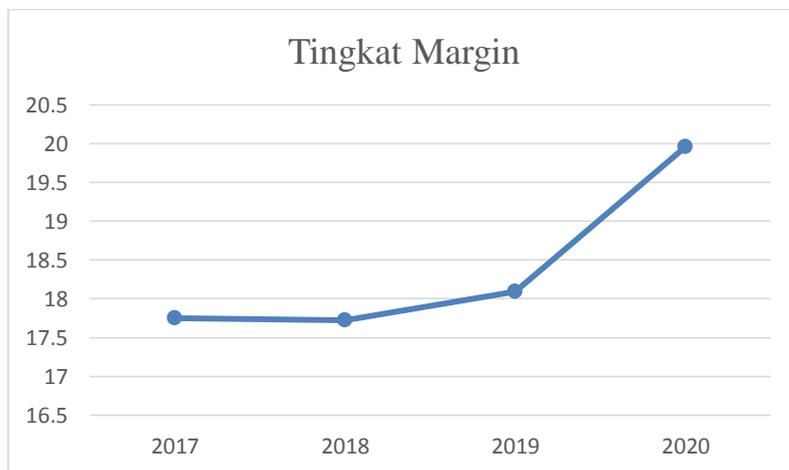
Grafik 4.1
Pertumbuhan Biaya Promosi pada Bank Pembiayaan
Rakyat Syariah



Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 1.1 pertumbuhan biaya promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2017 pertumbuhan biaya promosi terletak pada angka 9.405, pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu menjadi 9.976 sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 9.953, yang kemudian pada tahun 2020 semakin mengalami penurunan pada angka 8.962.

Grafik 4.2
Tingkat Margin pada Bank Pembiayaan Rakyat
Syariah



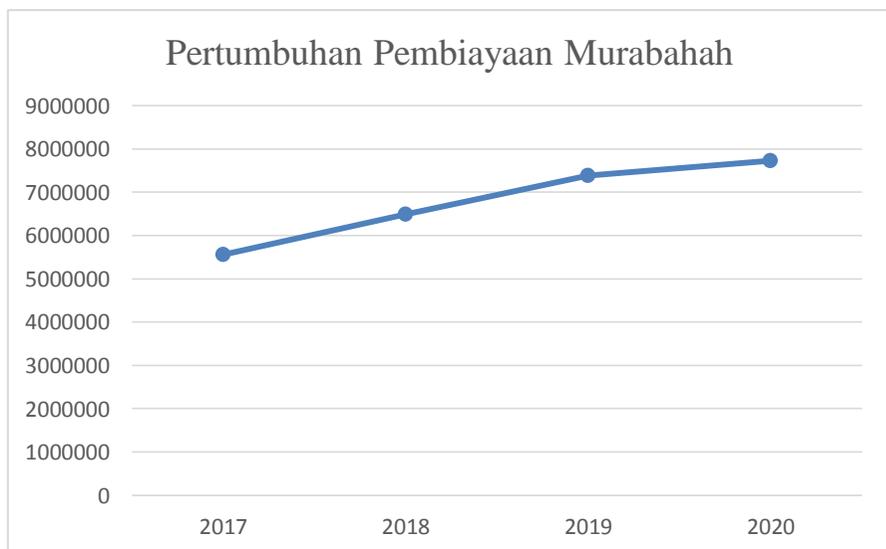
Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 2.1 tingkat margin pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah mengalami fluktuasi setiap tahunnya namun cenderung mengalami kenaikan. Terlihat pada tahun 2017 jumlah tingkat margin sebesar 17.75, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 17.72, sedangkan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 18.09 yang kemudian disusul pada tahun 2020 yang mengalami kenaikan yang cukup signifikan menjadi 19.96.

Pada sistem bagi hasil kinerja bank syariah akan menjadi transparan, sehingga nasabah dapat memantau kinerja bank syariah atas jumlah tingkat margin/bagi hasil yang diperoleh. Apabila jumlah keuntungan meningkat maka tingkat margin yang diterima nasabah juga akan meningkat, demikian pula sebaliknya, apabila jumlah keuntungan menurun, tingkat margin ke nasabah juga menurun sehingga semua menjadi adil.

Grafik 4.3

**Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah pada Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah**



Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 3.1 pertumbuhan pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Terlihat pada tahun 2017 jumlah pertumbuhan pembiayaan murabahah sebesar 5.562.164, pada tahun 2018 sebesar 6.485.575, dan terus mengalami kenaikan pada tahun 2019 menjadi 7.380.505,75 yang kemudian disusul pada tahun 2020 yang mengalami kenaikan cukup signifikan menjadi 7.731.571,58.

Biaya promosi mengalami fluktuasi setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah selama tahun 2017-2020 tidak stabil namun apabila ditunjang oleh anggaran promosi yang besar dan semakin gencarnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melakukan kegiatan promosi dapat membuat angka biaya promosi terus mengalami peningkatan. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2017) mengemukakan bahwa promosi dalam bank syariah bertujuan sebagai media penjualan yang ditujukan

bagi nasabah/pembeli yang dirancang untuk memperoleh respon spesifik dan segera.

Sedangkan untuk tingkat margin/bagi hasil mengalami fluktuasi setiap tahunnya, faktor yang diduga mempengaruhi pengambilan margin adalah kebutuhan bank syariah untuk memperoleh keuntungan riil, inflasi, suku bunga berjalan, kebijakan moneter, bahkan suku bunga luar negeri, serta marketabilitas barang-barang murabahah, dan tidak terlepas dari itu adalah tingkat laba yang diharapkan dari barang-barang. Wiroso (2011) mengemukakan bahwa perolehan tingkat margin dari waktu ke waktu tidak pasti dan tidak tetap, besar kecilnya tergantung pada hasil usaha yang diperoleh bank syariah.

Pembiayaan Murabahah cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya karena jenis pembiayaan murabahah pada perbankan syariah lebih dominan dibandingkan jenis pembiayaan yang lain disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya dari sisi penawaran bank syariah, pembiayaan murabahah lebih minim risikonya

dibandingkan jenis pembiayaan bagi hasil. Selain itu pengembalian yang telah ditentukan sejak awal juga mempermudah bank dalam memprediksi keuntungan yang akan diperoleh. Andrianto dan Anang Firmansyah (2019) mengemukakan bahwa dalam akad murabahah ini ditekankan tentang keterbukaan mark-up margin yang dibebankan kepada nasabah sehingga antara pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran margin (keuntungan) sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan.

B. Standarisasi Data

Dalam penelitian ini memiliki satuan ukur yang berbeda sehingga data asli harus standarisasi sebelum bisa dianalisis. Tujuan dilakukannya standarisasi data adalah untuk menyamakan satuan agar menjadi homogen, jadi nilai standar tidak lagi tergantung pada satuan pengukuran melainkan menjadi nilai baku. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyamakan satuan data yaitu rumus pertumbuhan berikut ini :

$$\frac{\text{Nilai } x - \text{Nilai } x-1}{\text{Nilai } X-1} \times 100\%$$

Nilai X-1

Keterangan :

X = Nilai Sekarang

X-1 = Nilai Sebelumnya

C. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut.

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Biaya_Promosi	39	210.00	-94.00	116.00	23.2051	6.86069	42.84500	1.836E3
Tingkat_Margin	39	2.70	17.46	20.16	18.2621	.14147	.88349	.781
Murabahah	39	7.00	-4.00	3.00	1.0513	.22330	1.39451	1.945
Valid N (listwise)	39							

Berdasarkan tabel 4.1 tampilan output SPSS menunjukkan jumlah sampel (N) adalah 39, dari 39 sampel ini menunjukkan pertumbuhan biaya promosi dengan nilai terendah (minimum) adalah -94.00 dan pertumbuhan biaya promosi dengan nilai terbesar (maximum) adalah 116.00 rata-rata pertumbuhan biaya promosi dari 39 sampel adalah 23.2051 dengan standar deviasi 42.84500. Tingkat Margin dengan nilai terendah (minimum) sebesar 17.46 sedangkan nilai terbesar (maximum) sebesar 20.16 rata-rata jumlah tingkat margin sebesar 18.2621 dengan

standar deviasi sebesar 0.88349. *Pembiayaan Murabahah* dari 39 sampel dengan nilai terendah (minimum) sebesar -4.00 dan nilai terbesar (maximum) adalah 3.00 rata-rata *Pembiayaan Murabahah* sebesar 1.0513 dengan standar deviasi sebesar 1.39451. Nilai *Range* merupakan selisih nilai maximum dan minimum yaitu pertumbuhan biaya promosi sebesar 210.00, tingkat margin sebesar 2.70 dan *Pembiayaan Murabahah* sebesar 7.00.

2. Uji Asumsi Klasik

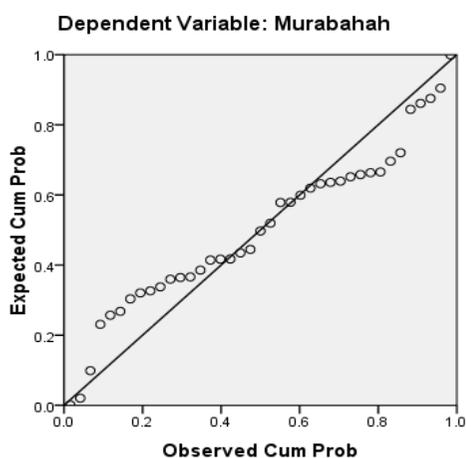
a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut:

Gambar 4.1

Uji Normalitas Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar 4.1 tampilan grafik normal plot menunjukkan data titik-titik terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal plot menunjukkan pola distribusi normal. Selain itu cara alternatif untuk menguji data yang berdistribusi normal dengan menggunakan analisis statistik Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4.2
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		39
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17044493
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.149
Kolmogorov-Smirnov Z		.941
Asymp. Sig. (2-tailed)		.339
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0.399 yang artinya nilai tersebut lebih dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel independen, model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independent). Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.3

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.742	4.054		3.636	.001		
	Biaya_Promosi	.007	.005	.223	1.593	.120	.995	1.005
	Tingkat_Margin	-.759	.221	-.481	-3.429	.002	.995	1.005

a. Dependent Variable: Murabahah

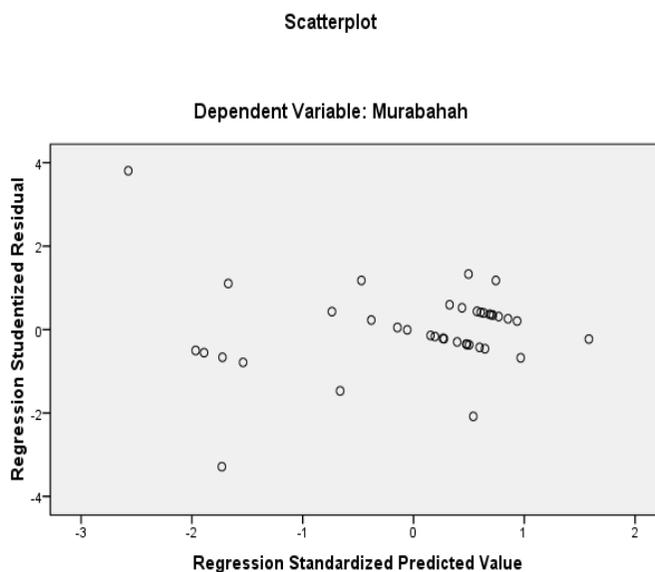
Berdasarkan tabel 4.3 hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan $0.995 > 0.10$ yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas. Hasil VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10 yaitu nilainya 1.005. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain, model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut:

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas (Scatterplots)



Berdasarkan gambar 4.2 grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y serta titik-titik tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Selain grafik *scatterplots* ada beberapa uji statistik untuk memprediksi heteroskedastisitas yang dapat lebih menjamin keakuratan hasil yaitu dapat menggunakan uji glejser.

Tabel 4.4
Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.123	2.569		-2.383	.023
Biaya_Promosi	-.006	.003	-.312	-2.184	.036
Tingkat_Margin	.386	.140	.393	2.751	.009

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan tabel 4.4 pada uji heteroskedastisitas uji glejser diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.036 pada X1 (Pertumbuhan Biaya Promosi) dan 0.009 pada X2 (Tingkat Margin) dengan signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat

gejala heteroskedastisitas pada X2. Seperti yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, untuk melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser didasarkan pada pengambilan keputusan: jika nilai signifikansi (sig) antar variabel independent dengan absolut residual lebih besar dari 0.05 maka tidak terjadi gejala *heteroskedastisitas*. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari 0.05 maka terjadi *heteroskedastisitas*. Jadi model tersebut harus ditanggulangi/diperbaiki melalui transformasi Logaritma Natural (Ln) dengan cara membagi persamaan regresi dengan variabel independent yang mengandung heteroskedastisitas.¹ Setelah dilakukan transformasi ke dalam bentuk Logaritma Natural (Ln) diperoleh hasil output sebagai berikut :

¹ Mustika Rimadhani, "Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01-2011.12", *Jurnal Media Ekonomi*, Vol. 19, No. 1, April 2011

Tabel 4.5
Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) Model 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.449	3.460		1.286	.209
Ln_Biaya_Promosi	.006	.047	.026	.136	.893
Ln_Tingkat_Margin	-1.470	1.206	-.232	-1.220	.233

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.893 pada X1 (pertumbuhan biaya promosi) dan 0.233 pada X2 (tingkat margin) dengan signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi antar kesalahan

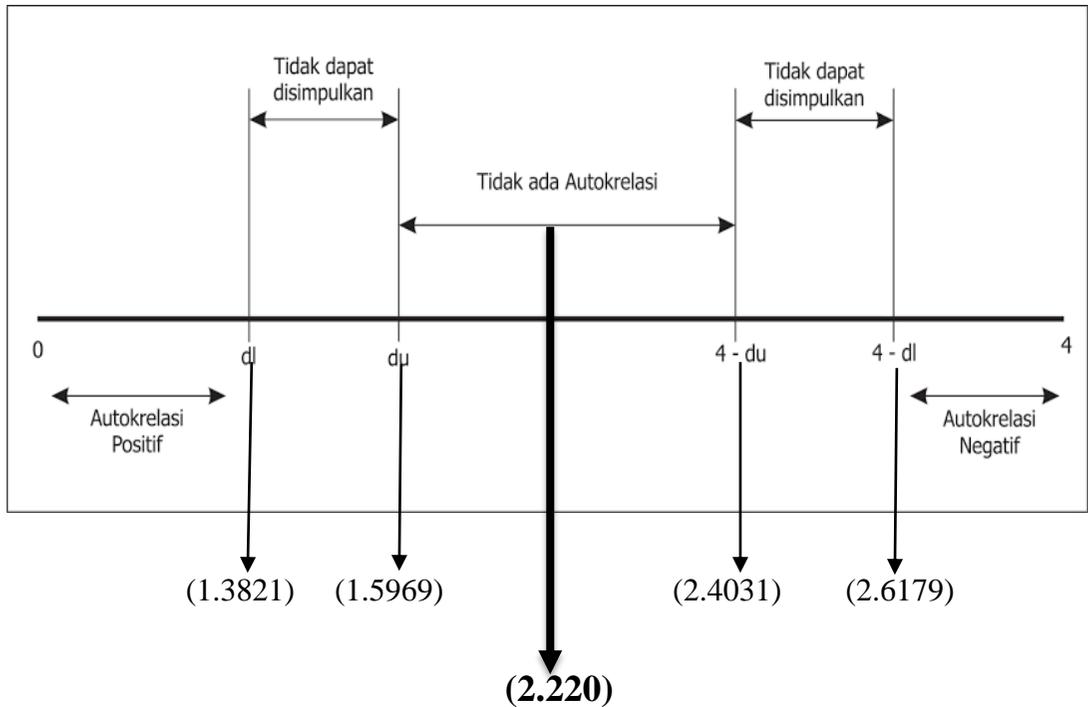
pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.6
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.544 ^a	.296	.256	1.20252	2.220

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Margin, Biaya_Promosi

b. Dependent Variable: Murabahah



Berdasarkan tabel 4.6 nilai Durbin-Watson sebesar 2.220. Hal tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan signifikansi 5% jumlah sampel 39 (n) dan jumlah variable independent 2 ($k = 2$), dalam tabel Durbin-Watson akan didapat nilai d_L sebesar 1.3821 dan nilai d_U sebesar 1.5969. Maka dapat diambil kesimpulan tidak adanya autokorelasi

karena $dU < d < 4 - dU$ atau $1.5969 < 2.220 < 2.4031$.

3. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.7
Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.742	4.054		3.636	.001
	Biaya_Promosi	.007	.005	.223	1.593	.120
	Tingkat_Margin	-.759	.221	-.481	-3.429	.002

a. Dependent Variable: Murabahah

Berdasarkan tabel 4.7 Hasil output SPSS menggambarkan persamaan regresi linear berganda :

$$Y_i = a + B_1X_{1i} + B_2X_{2i} + e$$

$$Y_i = 14.742 + 0.007X_{1i} + (-0.759)X_{2i} + e$$

Dimana:

Y_i = Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* (nilai yang diprediksikan)

X_{1i} = Pertumbuhan Biaya Promosi (nilai variabel independen)

X_{2i} = Tingkat Margin (nilai variabel independen)

a = Konstanta (apabila nilai $X = 0$)

B = Koefisien regresi berganda antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

- a. Konstanta (a) sebesar 14.742, artinya jika biaya promosi (X_1) dan tingkat margin (X_2) nilainya adalah 0, pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) nilainya adalah 14.742.

- b. Koefisien regresi variabel pertumbuhan biaya promosi (X_1) sebesar 0.007, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan biaya promosi mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.007.
- c. Koefisien regresi variabel tingkat margin (X_2) sebesar 0.759, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan tingkat margin mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) mengalami penurunan sebesar 0.759. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara tingkat margin dengan pertumbuhan pembiayaan murabahah. Semakin tinggi tingkat margin maka semakin turun pertumbuhan pembiayaan murabahah.

Jadi pada model persamaan regresi $Y_i = a + B_1X_{1i} + B_2X_{2i} + e$, sehingga dapat diasumsikan koefisien regresi biaya promosi (X_1) sebesar 0.007,

artinya jika biaya promosi yang mempengaruhi pembiayaan murabahah naik sebesar 1%, maka pembiayaan murabahah (Y) akan naik sebesar 0.007. Hasil ini berimplikasi bahwa pihak BPRS sebaiknya terus meningkatkan biaya promosi, sehingga dengan adanya biaya promosi yang meningkat, nasabah dan masyarakat semakin kenal dengan produk BPRS khususnya produk pembiayaan murabahah. Aspek penting yang menjadi tolak ukur keberhasilan promosi di masa yang akan datang yaitu nilai biaya promosi yang dianggarkan oleh perusahaan itu sendiri dalam hal ini BPRS untuk mendukung efektifitas dan keberlangsungan sistem promosi dengan berbagai media yang dipilih.

Pada koefisien regresi tingkat margin (X2) nilainya adalah 0,759 artinya jika tingkat margin yang mempengaruhi pembiayaan murabahah naik sebesar 1%, maka pembiayaan murabahah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0.759. Koefisien

bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara tingkat margin dengan pertumbuhan pembiayaan murabahah. Semakin tinggi tingkat margin maka semakin turun pertumbuhan pembiayaan murabahah. Hasil ini juga berimplikasi untuk proyeksi di masa yang akan datang bahwa nasabah dan masyarakat harus lebih jeli dan lebih paham lagi tentang harga yang ditetapkan oleh bank syariah dalam margin pada pembiayaan murabahah agar bisa mendapatkan harga yang terjangkau.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian variabel secara parsial

(individu) menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.742	4.054		3.636	.001
Biaya_Promosi	.007	.005	.223	1.593	.120
Tingkat_Margin	-.759	.221	-.481	-3.429	.002

Dalam kriteria pengambilan keputusan uji parsial (t) adalah jika nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($T_{hitung} > T_{tabel}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} ($T_{hitung} < T_{tabel}$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 atau 5% maka hipotesis yang diajukan signifikan (H_a diterima dan H_0 ditolak) dan jika tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 atau 5%

maka hipotesis yang diajukan tidak signifikan (H_a ditolak dan H_o diterima).

Berdasarkan tabel 4.8 hasil output SPSS menunjukkan bahwa :

1. Nilai T_{hitung} variabel pertumbuhan biaya promosi lebih kecil dari T_{tabel} yaitu $1.593 < 2.028$, maka H_o diterima dan H_a ditolak. Nilai signifikansi biaya promosi lebih besar dari 0.05 atau 5% yaitu $0.120 > 0.05$, maka hipotesis yang diajukan tidak signifikan (H_a ditolak dan H_o diterima).
2. Nilai T_{hitung} variabel tingkat margin lebih kecil dari T_{tabel} yaitu $-3.429 < 2.028$ maka H_o diterima dan H_a ditolak. Nilai signifikansi tingkat margin lebih kecil dari 0.05 atau 5% yaitu $0.002 < 0.05$, maka hipotesis yang diajukan signifikan (H_a diterima dan H_o ditolak).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial (individu) pertumbuhan biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah. Sedangkan tingkat margin secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Danil Syahputra (2019) yang menyatakan bahwa biaya promosi dan tingkat margin memiliki pengaruh yang positif terhadap pembiayaan murabahah, yang artinya biaya promosi meningkat setiap tahunnya dan tingkat margin yang terjangkau. Sedangkan dalam penelitian ini, biaya promosi tidak berpengaruh terhadap pembiayaan murabahah yang bisa disebabkan oleh kurangnya upaya untuk mempertahankan

biaya promosi dan upaya untuk mengenalkan produk BPRS kepada nasabah dan masyarakat.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian variabel secara simultan (bersama-sama) menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.9
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	21.840	2	10.920	7.551	.002 ^a
Residual	52.058	36	1.446		
Total	73.897	38			

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Margin, Biaya_Promosi

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil *output* SPSS menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7.551 dan F_{tabel} sebesar 3.25 dengan tingkat signifikansi 0.05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu $0.002 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Danil Syahputra (2019) yaitu menunjukkan bahwa secara simultan biaya promosi dan tingkat margin berpengaruh positif terhadap pembiayaan murabahah. Hasil ini serupa dengan penelitian Mustika Rimadhani (2011) bahwa secara keseluruhan pada saat periode penelitian menunjukkan bahwa DPK, NPF, FDR dan margin keuntungan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan berpengaruh

terhadap pertumbuhan penyaluran pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Mandiri.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.10

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.256	1.20252

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Margin, Biaya_Promosi

Berdasarkan tabel 4.10 hasil *output* SPSS menunjukkan nilai Adjusted R Square adalah

0.256, hal ini berarti 25.6% pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu pertumbuhan biaya promosi (X1) dan tingkat margin (X2). Sedangkan sisa lainnya ($100\% - 25.6\% = 74.4\%$) dipengaruhi oleh faktor yang lain diluar model penelitian.

6. Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh antar variabel. Berdasarkan hasil pengujian koefisien korelasi menggunakan SPSS maka didapat *output* sebagai berikut :

Tabel 4.11

Koefisien Korelasi (r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.256	1.20252

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Margin, Biaya_Promosi

Berdasarkan tabel 4.11 hasil output SPSS menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0.544, nilai tersebut terletak pada interval 0.40 - 0.599 yang berarti hubungan variabel pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah adalah sedang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah berdasarkan hasil pengujian SPSS 16.0 dibuat pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 yang telah dilakukan nilai T_{hitung} dari variabel pertumbuhan biaya promosi lebih kecil dari T_{tabel} yaitu sebesar $1.593 < 2.028$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Diperkuat oleh nilai signifikansi pertumbuhan biaya promosi yang lebih besar dari 0.05 atau 5% yaitu $0.120 > 0.05$, maka hipotesis yang diajukan tidak signifikan. Dengan kata lain dapat dikatakan pertumbuhan biaya promosi secara parsial

tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah berarti H_a ditolak dan H_o diterima. Hal ini didasarkan pada kriteria pengujian yang dimana jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan ditolak (H_o diterima dan H_a ditolak).

Dalam pengujian regresi linear berganda pada tabel 4.8 Koefisien regresi variabel pertumbuhan biaya promosi (X_1) sebesar 0.007, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pertumbuhan biaya promosi mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.007.

2. Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 yang telah dilakukan nilai T_{hitung} dari variabel tingkat margin lebih kecil dari T_{tabel} yaitu sebesar $-3.429 < 2.028$ maka H_o diterima dan H_a ditolak. Namun pada nilai signifikansi tingkat margin lebih kecil dari 0.05 atau 5% yaitu $0.002 < 0.05$, yang artinya hipotesis yang diajukan signifikan H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan kata lain bahwa tingkat margin secara parsial

berpengaruh terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah. Hal ini didasarkan pada kriteria pengujian yang dimana jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima (H_a diterima dan H_o ditolak).

Dalam pengujian regresi linear berganda pada tabel 4.8 Koefisien regresi variabel tingkat margin (X_2) sebesar 0.759, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan tingkat margin mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan pembiayaan murabahah (Y) mengalami penurunan sebesar 0.759. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara tingkat margin dengan pertumbuhan pembiayaan murabahah. Semakin tinggi tingkat margin maka semakin turun pertumbuhan pembiayaan murabahah.

3. Pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 yang telah dilakukan nilai F_{hitung} sebesar 7.551 dan F_{tabel} sebesar 3.25. Sebagaimana diketahui sebelumnya $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a

diterima, dengan kata lain secara simultan (bersama-sama) pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin berpengaruh terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah. Hal ini didukung pula oleh nilai signifikansi sebesar 0.002 yang lebih kecil dari lebih kecil dari 0.05 yaitu $0.002 < 0.05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah.

Bedasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.11 nilai Adjusted R Square adalah 0.256, hal ini berarti 25.6% pertumbuhan Pembiayaan Murabahah (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen pertumbuhan biaya promosi (X1) dan tingkat margin (X2). Sedangkan tabel 4.12 koefisien korelasi sebesar 0.544, nilai tersebut terletak pada interval 0.40 – 0.599 yang berarti bahwa hubungan variabel pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin terhadap pertumbuhan pembiayaan murabahah adalah sedang.