

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA
BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1 Akuntansi

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Sukaesih

NIM : 31401900166

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

SEMARANG

2023

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN PRA SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022

Disusun Oleh :

Sukaesih

Nim : 31401900166

Telah disetujui pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang
panitia ujian **Pra Skripsi**

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 29 Agustus 2022

Pembimbing

Dosen Pembimbing Lapangan



Rustam Hanafi, SE,M.Sc.,Akt,CA

NIDN : 0612027401

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN PRA MAGANG MB-KM

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERTUMBUHAN DANA PIIIAK KETIGA PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KCP GOMBONG

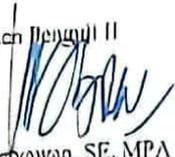
Diajukan Oleh :
Suknealh
Nim : 31401900166

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 9 Desember 2022
Suwanna Dewan Penguji

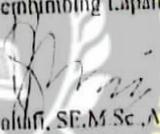
Dosen Penguji I


Dr. Hj. Indri Kuslita, NLSIAkt, CA
NIK : 211490002

Dosen Penguji II


Hendra Setyawan, SE, MPA
NIK : 211406019

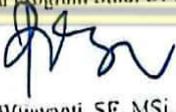
Dosen Pembimbing Lapangan


Ruzum Halidhi, SE, M Sc, Akt, CA
NIDN : 0612027401

Laporan Pra Magang MB-KM ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Alimantani

Samarung, 22 Desember 2022

Ketua Program Studi SI Alimantani


Provia Wijnyanti, SE, MSIAkt, CA
NIDN : 0611088001

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022

Disusun Oleh :

Sukaesih

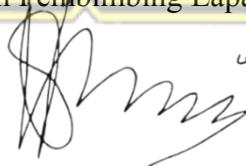
Nim : 31401900166

Telah disetujui pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang
panitia ujian **Skripsi**

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing Lapangan



Rustam Hanafi, SE,M.Sc.,Akt,CA

NIDN : 0612027401

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022

Disusun Oleh :
Sulcaesih
Nim : 31401900166

Teluh dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 25 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji I



Dr. Hj. Indri Kantiha, M.Si., Akk., CA
NIK : 211491002

Dosen Penguji II



Hendri Setyawan, SE., NTPA
NIK : 211400019

Dosen Pembimbing Lapangan



Kusni Hamali, S1., M. Sc., Akk., CA
NIDN : 0612027401

Laporan Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
mendapatkan Gelar Sarjana Akuntansi

Semarang, 1 September 2023

Konin Program Studi S1 Akuntansi



Prisma Widyanti, SE., MSi., Akk., CA

NIDN : 0611088001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sukaesih

NIM : 31401900166

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa laporan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022”** merupakan karya saya sendiri (asli), bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari hasil karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam laporan ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa laporan magang ini adalah hasil dari plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Semarang, 7 September 2023

Yang Menyatakan



Sukaesih

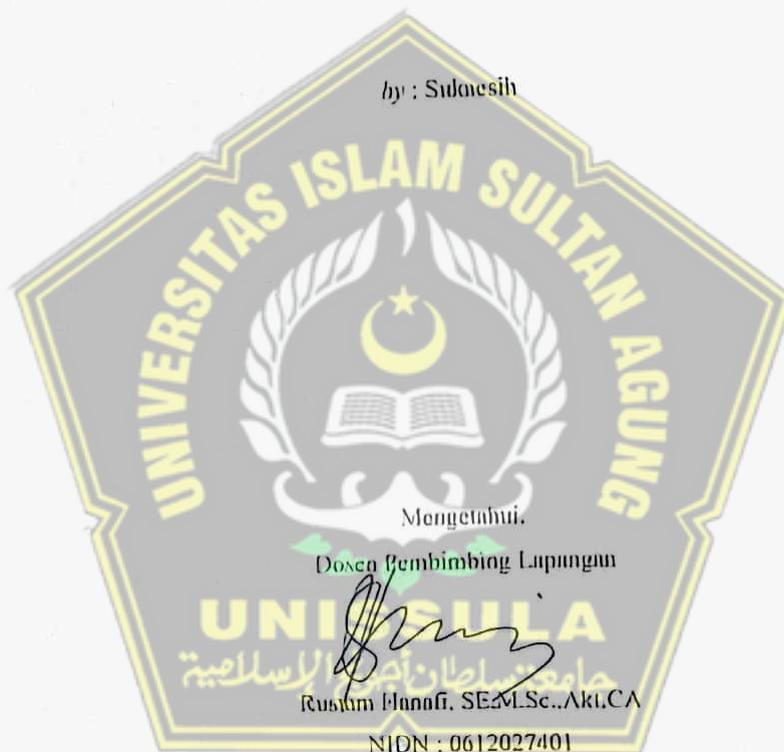
(31401900166)

LEMBAR PERNYATAAN

TURNITIN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA
BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022

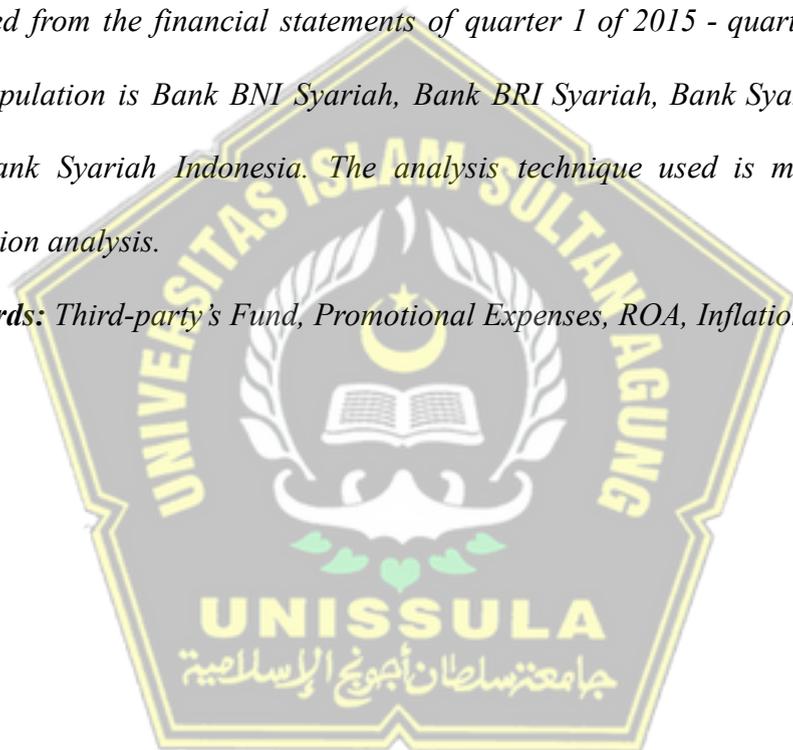
by : Sulaesih



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether internal factors of Islamic banks (promotional expenses and return on assets) and external factors (inflation) have a significant effect, both partially and simultaneously on third party funds of Bank Syariah Indonesia for the period quarter 1 of 2015 - quarter 4 of 2022. The method used in this research is quantitative method and uses secondary data obtained from the financial statements of quarter 1 of 2015 - quarter 4 of 2022. The population is Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, and Bank Syariah Indonesia. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.

Keywords: *Third-party's Fund, Promotional Expenses, ROA, Inflation*



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor internal bank syariah (beban promosi dan *return on assets*) dan faktor eksternal (inflasi) berpengaruh signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap dana pihak ketiga Bank Syariah Indonesia periode triwulan 1 tahun 2015 – triwulan 4 tahun 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif serta menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan triwulan 1 tahun 2015 – triwulan 4 tahun 2022. Populasinya adalah Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Syariah Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Kata Kunci : Dana Pihak Ketiga, Beban Promosi, ROA, Inflasi



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH INDONESIA PERIODE 2015-2022". Pembuatan laporan skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana akuntansi pada program studi S1 Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam Penyelesaian laporan skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Allah SWT, Allah Maha Kuasa yang mana telah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam pembuatan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang sudah mendoakan serta memotivasi sehingga diberikan kemudahan dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Rustam Hanafi, SE.,MSc.,Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang sudah sabar dalam memberikan ilmu, arahan, bimbingan serta saran dalam pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Provita Wijayanti S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
7. Zulfa Fajriah Putri selaku teman sepermagangan dan seperjuangan yang telah banyak membantu saat magang dan saat penyusunan skripsi dan terimakasih atas dukungan, motivasi serta semangatnya.
8. Aulia, billa, anis,azizah, nila, risma, rina, tia, mut serta teman-teman yang tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan, motivasi, semangat, saran, dan juga doanya sehingga penulis dapat menyusun laporan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan penulisan laporan skripsi ini di masa depan. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun kepada para pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 7 September 2023

Penulis

Sukaesih

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PRA SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	xii
GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Dana Pihak Ketiga	9
2.1.1 Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)	9
2.1.2 Indikator Dana Pihak Ketiga (DPK)	10
2.1.3 Jenis Sumber Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah	10
2.2 Beban Promosi	14
2.2.1 Pengertian Beban Promosi	14
2.2.2 Jenis Beban Promosi	15
2.3 <i>Return On Assets</i> (ROA)	16
2.3.1 Pengertian <i>Return On Assets</i> (ROA)	16
2.3.2 Rumus <i>Return On Assets</i> (ROA)	17
2.4 Inflasi	17
2.4.1 Pengertian Inflasi	17
2.4.2 Cara Menghitung Inflasi	18
2.5 Penelitian Yang Relevan	19
2.6 Kerangka Berpikir	20
2.7 Hipotesis Penelitian	22

2.7.1 Pengaruh Beban Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	22
2.7.2 Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA) Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	23
2.7.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	23
2.7.4 Hipotesis Uji-t.....	24
2.7.4 Hipotesis Uji Fit Model.....	25
BAB III METODEDE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Sumber Data	27
3.4 Variabel Penelitian	27
3.5 Analisis Data	28
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.5.2 Uji Hipotesis.....	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Analisis	33
4.1.1 Uji Asumsi Klasik.....	33
4.1.2 Uji Hipotesis.....	38
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Pengaruh Beban Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	42
4.2.2 Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA) Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	43
4.2.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Implikasi	46
5.3 Keterbatasan Penelitian	47
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Kriteria Penilaian Tingkat Kesehatan Return on Asset	17
Tabel 4. 1	Statistik Deskripif	33
Tabel 4. 2	Hasil Uji Normalitas Data	35
Tabel 4. 3	Hasil Uji Heterosedastisitas (Uji Gletser)	35
Tabel 4. 4	Hasil Uji Multikolinearitas	36
Tabel 4. 5	Hasil Uji Autokorelasi	37
Tabel 4. 6	Hasil Uji-t	39
Tabel 4. 7	Hasil Uji Fit Model	41
Tabel 4. 8	Hasil Uji Determinasi	41



GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Laporan Keuangan BRIS Periode 2015-2020	52
Lampiran 2 : Data Laporan Keuangan BNIS Periode 2015-2020	53
Lampiran 3 : Data Laporan Keuangan BSM Periode 2015-2020	54
Lampiran 4 : Data Laporan Keuangan BSI Periode 2021-2022	55
Lampiran 5 : Tabulasi Data	56
Lampiran 6 : Data Views Spss	60
Lampiran 7 : Hasil Uji Statistik SPSS	63
Lampiran 8 : Distribusi Nilai Tabel Durbin Watson	67
Lampiran 9 : Hasil Turnitin	70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasal 1 Ayat (2) No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pengertian bank sebagaimana dijelaskan dalam ayat (1) Pasal 1 UU No. 10 Tahun 1998 mencakup segala sesuatu yang menyangkut kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank-bank di Indonesia menggunakan dua sistem : bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional mengumpulkan dan meminjamkan dana dengan sistem suku bunga selama jangka waktu tertentu. Sebaliknya, bank syariah beroperasi sesuai dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan mematuhi prinsip-prinsip syariah, sebagaimana dinyatakan dalam UU No. 21 Tahun 2008. Prinsip-prinsip ini mencakup keadilan dan keseimbangan, kebajikan, dan universalisme, serta melarang gharar, maysir, riba, penyelewengan, dan praktik-praktik serupa lainnya. Lembaga keuangan syariah juga diharuskan terlibat dalam kegiatan sosial atau Baitul mal, yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, dan dana-dana sosial lainnya yang dikelola oleh para pengelola wakaf (Nazir) dan terikat pada keinginan pemberi wakaf (wakif).

Sebagai perantara keuangan, fungsi utama bank syariah adalah mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyediakan pembiayaan. Bank syariah melakukan fungsi ini berdasarkan akad. Akad adalah jenis perjanjian atau kesepakatan yang melandasi suatu transaksi syariah seperti *mu*, *mudharabah*, dan *murabahah* (Bank Mega Syariah, 2023). Bank mengumpulkan dana dalam bentuk simpanan, antara lain giro, tabungan, dan deposito. Secara khusus, giro dan tabungan bank syariah terbagi menjadi dua jenis. Namun, hanya satu akad yang digunakan untuk deposito, yaitu akad *mudharabah*. Giro dan tabungan berdasarkan akad *wadi'ah* dan akad *mudharabah*. Pembiayaan yang sah kepada masyarakat melalui pembiayaan dengan sistem bagi hasil atau tanpa sesuai dengan Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 (Soemitra, 2019).

Pendanaan bank syariah berasal dari tiga sumber yaitu dari pemilik, keuntungan bank, masyarakat luas dan lembaga lain atau pasar uang. Dana pihak ketiga merupakan sumber dana terbesar yang dikelola oleh bank, yaitu sekitar 80-90% (Dendawijaya, 2015). Dana ini bersumber dari masyarakat mencakup giro, tabungan, dan deposito berjangka (Kasmir, 2014).

Dana pihak ketiga dapat digunakan untuk memperoleh laba atau keuntungan dengan cara menyalurkannya kepada masyarakat melalui pembiayaan. Laba dari usaha kerjasama memingkat sejalan dengan pembiayaan yang lebih tinggi. Perlu dicatat bahwa laba ditentukan oleh bagi hasil atau nisbah, yaitu persentas yang disepakati oleh kedua belah pihak (Ismail, 2016). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur

kualitas suatu bank adalah dengan mempertimbangkan dana pihak ketiga. Semakin tinggi persentase dana pihak ketiga, maka semakin tinggi pula kualitas bank tersebut, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu setiap bank berusaha menghimpun dana pihak ketiga setinggi-tingginya dalam rangka meningkatkan kualitas, kepercayaan dan juga investasi (Mira, 2018).

Dana pihak ketiga diperoleh dari nasabah yang menabung di bank, sehingga dana meningkat. Di sisi lain, dana pihak ketiga berkurang ketika lebih sedikit nasabah yang menabung. Jadi, semakin banyak tabungan yang disetor oleh nasabah, semakin besar jumlah dana pihak ketiga. Fluktuasi dana ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal seperti beban promosi, tingkat pengembalian aset/ *return on asset*, dan inflasi.

Promosi adalah kegiatan mempromosikan atau menginformasikan kepada masyarakat tentang suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Suhartono et al., 2022) menjelaskan bahwa kegiatan promosi untuk dana pihak ketiga harus diperluas, karena promosi bank akan meningkatkan simpanan dana pihak ketiga. Promosi tersebut hanya akan bermanfaat jika dilakukan secara optimal dan tepat sasaran. Dana yang dikururkan oleh bank untuk kegiatan promosi dikenal dengan beban promosi.

Return On Asset merupakan rasio profitabilitas untuk mengetahui kontribusi aset dalam menghasilkan laba bersih. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman & Setiawansi, 2021) menunjukkan bahwa *return on asset*

merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan yang dapat menjadi dasar fundamental dalam pengambilan keputusan investor untuk menginvestasikan dananya di bank syariah. Dengan mengetahui rasionya, investor dapat tahu baik tidaknya kinerja bank. Sehingga sehat tidaknya *return on asset* akan berpengaruh pada keputusan seorang investor dalam berinvestasi di bank, begitupun nasabah juga akan tertarik menyimpan dananya di bank jika banyak investor yang berinvestasi.

Inflasi adalah fenomena ekonomi yang muncul ketika harga barang dan jasa biasanya mengalami kenaikan dan terus menerus dalam jangka waktu yang berkepanjangan. Penelitian dari (Dewi, Ratna & Shara, 2021) menemukan bahwa tingginya inflasi membuat masyarakat enggan untuk menabung dikarenakan sebagian atau seluruh dana yang dimiliki akan dialihkan untuk kebutuhan konsumsi yang semakin membesar karena inflasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh beban promosi, *return on assets*, dan inflasi dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini dana pihak ketiga sebagai variabel dependen (Y) dan beban promosi, *return on asset*. dan inflasi sebagai variabel independen (X).

Oleh karena itu pertanyaan penelitian diajukan antara lain :

- (1) Apakah beban promosi berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022?
- (2) Apakah *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022?
- (3) Apakah inflasi berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022?
- (4) Apakah beban promosi, *return on asset*, dan inflasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai sebagai berikut :

- (1) Untuk mengetahui pengaruh beban promosi terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022.
- (2) Untuk mengetahui pengaruh *return on asset* terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022.
- (3) Untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022.

- (4) Untuk mengetahui pengaruh beban promosi, *return on asset*, dan inflasi secara bersama-sama terhadap dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia selama periode triwulan I 2015- triwulan IV 2022

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian memiliki dua aspek yaitu:

- 1) Aspek Teoritis (Keilmuan)
 - a) Dengan menganalisis pengaruh beban promosi, *return on asset*, dan inflasi terhadap dana pihak ketiga, penelitian ini dapat memberikan perspektif baru mengenai dampaknya terhadap dunia bank syariah.
 - b) Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih lanjut mengenai pentingnya promosi dalam memperoleh pendanaan eksternal bank syariah. Analisa terhadap dampak beban promosi dapat memberikan gambaran tentang pentingnya upaya promosi mempengaruhi minat nasabah untuk menempatkan dananya di bank syariah.
 - c) Penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara kinerja keuangan bank syariah dalam hal ini *return on assets* dengan pertumbuhan dana pihak ketiga. Dengan pemahaman ini, penelitian ini bisa memberikan kontribusi pemahaman tentang bagaimana *return on asset* berkontribusi terhadap daya tarik bank dalam menghimpun simpanan dana pihak ketiga.
 - d) Penelitian ini bertujuan untuk membantu memahami bagaimana inflasi dapat mempengaruhi simpanan dana pihak ketiga bank syariah. Dengan

menganalisis dampak inflasi, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana perubahan nilai mata uang dapat berpengaruh pada perilaku nasabah dalam menabung dan berinvestasi di bank syariah.

e) Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang sangat mempengaruhi peningkatan simpanan dana pihak ketiga bank syariah.

f) Hasil penelitian ini bisa dijadikan penghubung bagi penelitian lanjutan yang melibatkan lebih banyak faktor atau melibatkan perbandingan dengan bank konvensional. Hal ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih komprehensif tentang perbedaan sekaligus persamaan dalam faktor-faktor yang berpengaruh pada pertumbuhan simpanan dana pihak ketiga.

2) Aspek Praktis (Guna Laksana)

a) Hasil penelitian ini dapat membantu bank syariah dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dana dari pihak ketiga. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana suatu beban promosi berpengaruh pada pertumbuhan dana pihak ketiga, bank dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih bijak untuk kampanye promosi yang lebih terarah dan optimal.

b) Penelitian ini dapat membantu bank syariah dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka dengan memahami bagaimana *return on asset* mempengaruhi peningkatan dana pihak ketiga. Hal ini dapat membantu

bank dalam mengelola aset mereka secara efisien untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

- c) Dengan memahami tentang bagaimana inflasi dapat mempengaruhi dana pihak ketiga, bank syariah dapat mengembangkan strategi manajemen risiko yang lebih baik untuk melindungi dana nasabah dari dampak inflasi, ini dapat meliputi pengembangan produk dan layanan yang dapat membantu nasabah melawan inflasi.
- d) Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengambilan keputusan di bank syariah terkait alokasi sumber daya, strategi pemasaran, dan manajemen resiko sehingga mengurangi dugaan dan meningkatkan ketelitian dalam pengambilan keputusan.
- e) Dengan menerapkan temuan penelitian ini, bank syariah dapat memperkuat daya saing mereka di pasar perbankan. Dengan strategi pemasaran yang lebih baik, kinerja keuangan yang optimal, dan pemahaman tentang inflasi, bank dapat menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan pangsa pasar mereka.
- f) Penelitian ini dapat mendorong bank syariah untuk mengembangkan produk dan layanan inovatif yang mampu mengatasi tantangan yang dihadapi nasabah terkait inflasi dan pertumbuhan dana.
- g) Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai sarana edukasi untuk nasabah dalam memahami bagaimana faktor-faktor tertentu dapat

mempengaruhi dana pihak ketiga mereka dan memberikan nasabah panduan untuk membuat keputusan finansial yang lebih baik.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Dana Pihak Ketiga

2.1.1 Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana pihak ketiga (simpanan) sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998, adalah dana yang disimpan oleh masyarakat pada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana berupa giro, deposito, tabungan, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dana pihak ketiga merupakan sumber dana terbesar yang dikelola oleh bank, yaitu sekitar 80-90% (Dendawijaya, 2015). Bank dapat menggunakan dana tersebut dengan menyalurkannya kepada masyarakat luas berupa pembiayaan agar menghasilkan pendapatan. Peluang bank untuk memperoleh keuntungan meningkat secara proporsional sejalan dengan meningkatnya pendapatan yang mengarah pemberian pembiayaan yang lebih besar kepada masyarakat..

Adapun menurut (Ismail, 2016) dana pihak ketiga umumnya lebih dikenal dengan istilah dana masyarakat yang berasal dari masyarakat luas baik perorangan maupun perusahaan yang dihimpun oleh bank. Dalam bukunya (Kasmir, 2014) dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang diterima dari masyarakat luas sebagai sumber utama untuk melakukan

kegiatan operasional apabila bank dapat mengelola biaya operasional dari sumber dana ini.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dana pihak ketiga menjadi sumber dana utama bagi bank yang berasal dari pihak ketiga yakni nasabah dalam bentuk giro, tabungan dan deposito untuk mendukung kegiatan operasional, investasi, dan pembiayaan.

2.1.2 Indikator Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dalam bukunya (Ismail, 2016) dana pihak ketiga memiliki indikator yaitu :

$$\text{DPK} = \text{Giro} + \text{Tabungan} + \text{Deposito}$$

Dan menurut (Dendawijaya, 2015) cara mengukur besarnya dana pihak ketiga adalah sebagai berikut :

$$\text{DPK} = \frac{(\text{Dana Pihak Ketiga}) \times 100\%}{\text{Total Kewajiban}}$$

Selain itu, menurut (Kasmir, 2014) pengukuran dana pihak ketiga (DPK) dapat dirumuskan:

$$\text{DPK} = \text{Giro Wadi'ah} + \text{Tabungan Wadi'ah} + \text{Tabungan mudharabah} + \text{Giro Mudharabah}$$

Berdasarkan rumusan para ahli di atas maka dapat dinyatakan indikator dana pihak ketiga (DPK) terdiri dari giro, tabungan dan deposito.

2.1.3 Jenis Sumber Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah

Dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November jenis-jenis dana pihak ketiga sebagai berikut:

1) Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Istilah giro didefinisikan dalam Pasal 1 ayat 23 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah sebagai simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam yang penarikannya dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, sarana perintah pembaaran lainnya, dan/atau pemindahbukuan.

Giro dalam perbankan syariah terdiri dari dua jenis prinsip: giro yang berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) dan giro yang berdasarkan prinsip titipan (*wa'diah*). Penting untuk dicatat bahwa rekening ini harus mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam dan mematuhi peraturan yang berlaku. Giro sesungguhnya bukanlah suatu simpanan yang memperoleh hasil bunga, tetapi sekadar digunakan agar transaksi bisnis menjadi lancar. Oleh sebab itu, nasabah giro biasanya merupakan seorang pengusaha atau pihak yang melakukan kegiatan yang memerlukan sarana pembayaran berbentuk cek.

Bagi bank, giro termasuk sumber dana dengan biaya rendah. Namun, karena sifat penarikannya atau pengambilannya, bank wajib cermat/teliti dalam mengetahui karakteristik nasabah gironya, terutama

nasabah-nasabah prioritas (*primer customer*) karena pergerakan dana yang berasal dari giro begitu tinggi, yang pada saatnya akan berdampak pada cara kerja manajemen likuiditas bank.

Berikut adalah akad yang digunakan dalam simpanan giro, antara lain:

a) *Wadi'ah*

Akad *wadi'ah* merupakan akad transaksi penitipan dana atau barang dari nasabah, yang bertindak sebagai pemilik, kepada bank sebagai pihak yang dititipi dana atau barang. Bank berkewajiban untuk mengembalikan dana tersebut kepada nasabah sewaktu-waktu.

b) *Mudharabah*

Akad *mudharabah* digunakan ketika pemilik dana yang dikenal sebagai nasabah (*sahibul mal*) melakukan transaksi permodalan dengan bank yang bertindak sebagai pengelola dana atau *mudharib*, dan sepakat untuk melakukan usaha kerjasama yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Kedua belah pihak menyetujui perjanjian bagi hasil berdasarkan nisbah yang telah ditetapkan sebelumnya.

2) Simpanan Tabungan (*Save Deposit*)

Sesuai dengan Pasal 1 ayat 21 UU No. 21 Tahun 2008, undang-undang yang terkait dengan bank syariah. Definisi tabungan adalah simpanan yang berdasarkan akad *wa'diah* atau akad *mudharabah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Penarikan

dana tunduk pada syarat dan ketentuan yang telah disepakati, namun penarikannya tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam hal fleksibilitas penarikan, rekening tabungan berada di antara rekening giro dan deposito. Ini berarti bahwa akses ke rekening tersebut relatif lebih fleksibel atau lebih bebas dibandingkan dengan deposito dan giro (Pradja, 2013). Dari sudut pandang bank, rekening tabungan lebih mahal daripada giro, namun lebih murah daripada deposito berjangka (Budisantoso & Nuritomo, 2014).

Dalam simpanan tabungan, akad yang digunakan sama dengan simpanan giro yaitu akad *wa'diah* dan akad *mudharabah*. Dan untuk fitur serta mekanisme simpanan tabungan hampir sama dengan simpanan giro, perbedaannya yaitu simpanan tabungan tidak tersedia dalam bentuk cek dan/atau bilyet giro.

3) Deposito

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, Pasal 1 ayat 22, deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Pencairan dana tersebut hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara pemilik dana dengan bank syariah dan/atau badan usaha syariah yang mengelola dana.

Keunggulan simpanan ini bagi bank yaitu bank memiliki ketetapan tentang jangka waktu dana itu akan diambil, sehingga pihak

bank bisa memperkirakan tenggat waktu untuk penyediaan dana jumlah tertentu. Simpanan dalam bentuk giro dan tabungan tidak memiliki keunggulan ini. Karena keunggulan itulah, bank harus memberikan timbal balik berupa bagi hasil/nisbah yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan giro dan deposito dan/atau simpanan lainnya (Pradja, 2013).

Hanya akad *mudharabah* yang digunakan dalam deposito. Akad *mudharabah* digunakan dalam hal transaksi investasi antara pemilik dana dengan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai dengan hukum syariah dengan menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan yang telah disetujui bersama (Muhammad, 2015).

2.2 Beban Promosi

2.2.1 Pengertian Beban Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh bank untuk mempromosikan produk dan jasanya melalui media elektronik, digital, dan cetak (Mumtazah & Septiarini, 2017). Kementerian Keuangan menjelaskan biaya promosi sebagai bagian dari biaya *selling* yang dikeluarkan oleh wajib pajak yang digunakan untuk mempromosikan produk secara langsung atau tidak untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa beban promosi merupakan biaya yang dikeluarkan bank untuk mengembangkan dan melaksanakan

berbagai kegiatan promosi yang bertujuan untuk mempromosikan produk, jasa, merek, atau acara mereka kepada masyarakat luas.

2.2.2 Jenis Beban Promosi

Adapun jenis-jenis beban promosi menurut (Tjiptono, 2015) adalah sebagai berikut:

a) Biaya iklan

Biaya ini mencakup biaya untuk mengembangkan, merancang, dan menyebarkan iklan dapat berupa iklan cetak, iklan televisi, iklan radio, iklan online dan sebagainya. Biaya ini meliputi produksi materi iklan, waktu siar, dan ruang media yang digunakan.

b) Biaya *Personal Selling*

Biaya ini meliputi biaya yang terkait dengan upaya penjualan secara langsung kepada pelanggan/nasabah. Biaya ini mencakup gaji dan komisi tenaga penjualan/pemasaran, biaya pelatihan, serta biaya perjalanan dan akomodasi saat melakukan kunjungan penjualan.

c) Biaya Promosi Penjualan

Biaya ini mencakup biaya untuk mengembangkan dan menerapkan promosi penjualan seperti diskon, kupon, kontes, atau program loyalitas. Biaya ini juga termasuk hadiah atau insentif kepada pelanggan/nasabah yang memenuhi syarat.

d) Biaya Publisitas

Biaya ini terkait dengan usaha untuk mendapatkan liputan media yang positif tentang produk atau layanan. Ini bisa mencakup biaya untuk mengadakan konferensi pers, mengirimkan *press release*, atau bekerja dengan agen publisitas.

e) Biaya Pelayanan Pelanggan

Ini meliputi biaya yang terkait dengan penyediaan pelayanan pelanggan yang berkualitas, seperti pusat panggilan, layanan purna jual, dan dukungan teknis. Pelayanan pelanggan yang baik dapat membantu membangun citra positif produk atau merek.

2.3 Return On Assets (ROA)

2.3.1 Pengertian *Return On Assets* (ROA)

Menurut (Veithzal & Arviyan, 2014) *return on asset* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba dengan cara membandingkan laba sebelum pajak dengan total aset. Buku ini juga menyatakan bahwa jika bank memiliki *return on asset* yang lebih tinggi maka posisi pemanfaatan asetnya lebih kuat sehingga menghasilkan laba yang lebih tinggi. Sebaliknya, *return on asset* yang lebih rendah menunjukkan bahwa manajemen bank tidak mampu mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan pendapatan dan meminimalkan biaya.

Sebagai lembaga pengawas perbankan, Bank Indonesia menitikberatkan penilaian profitabilitas bank dengan menggunakan nilai aset yang sebagian besar terdiri dari dana pihak ketiga atau dana yang berasal dari masyarakat luas.

2.3.2 Rumus *Return On Assets* (ROA)

Sesuai dengan keterangan diatas, rasio ini digunakan untuk menghitung persentase aset yang digunakan untuk menghasilkan laba bersih. Oleh karena itu, rumus untuk rasio ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Untuk menilai sehat tidaknya *return on asset* terdapat beberapa kriteria dalam menentukan peringkatnya, berikut tabel penentuan peringkat rasio ini:

Tabel 2. 1 Kriteria Penilaian Tingkat Kesehatan *Return on Asset*

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	$ROA > 1,5\%$
2	Sehat	$1,25\% < ROA \leq 1,5\%$
3	Cukup Sehat	$0,5\% < ROA \leq 1,25\%$
4	Kurang Sehat	$0\% < ROA \leq 0,5\%$
5	Tidak Sehat	$ROA \leq 0\%$

2.4 Inflasi

2.4.1 Pengertian Inflasi

Definisi inflasi menurut (Ibrahim, 2013) adalah kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam suatu periode tertentu. Serupa dengan itu, Bank Indonesia (BI) juga mendefinisikan inflasi sebagai kenaikan harga barang dan jasa yang berlangsung secara terus menerus. Kenaikan harga satu atau dua barang tidak memenuhi definisi inflasi kecuali jika kenaikan tersebut terjadi secara meluas di seluruh wilayah dan mempengaruhi harga barang lainnya.

2.4.2 Cara Menghitung Inflasi

Perhitungan inflasi di Indonesia dilakukan oleh lembaga pemerintahan non-di Indonesia yaitu Badan Pusat Statistik (BPS). Inflasi ditentukan dengan melakukan survei publik untuk mengumpulkan data tentang harga barang dan jasa yang diklasifikasikan sebagai pengeluaran konsumsi masyarakat. Tingkat inflasi kemudian dihitung dengan membandingkan harga saat ini dengan harga pada periode sebelumnya dengan menggunakan data survei.

2.4.3 Pengukuran IHK (Indeks Harga Konsumen)

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur inflasi adalah indeks harga konsumen. *Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP)* indeks harga konsumen merangkum 11 kelompok pengeluaran, meliputi :

- a) Pakaian dan alas kaki;

- b) Pendidikan;
- c) Sektor kesehatan;
- d) Sektor transportasi;
- e) Layanan perawatan pribadi dan layanan lainnya.
- f) Sektor perumahan udara, listrik, dan bahan bakar rumah tangga;
- g) Sektor peralatan, perlengkapan, dan pemeliharaan rutin rumah tangga;
- h) Industri makanan, minuman, dan tembakau;
- i) Layanan informasi, komunikasi, dan jasa keuangan;
- j) Kegiatan rekreasi, olahraga dan budaya;
- k) Industri penyediaan makanan dan minuman/restoran.

2.5 Penelitian Yang Relevan

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang terkait dalam skripsi ini, antara lain:

- 1) Hasil penelitian (Kristina & Esya, 2023) yang berjudul “Pengaruh Inflasi, Sertifikat Bank Syariah Indonesia (SBIS) Dan Kurs Terhadap Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia” menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap dana pihak ketiga. SBIS berpengaruh signifikan positif terhadap dana pihak ketiga, dan kurs berpengaruh signifikan positif terhadap dana pihak ketiga. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu sama sama menggunakan inflasi sebagai variabel dependen/bebas dan dana pihak ketiga sebagai variabel independent/terikat. Perbedaannya adalah populasinya, penelitian di atas memilih perbankan syariah secara umum sebagai

populasi dan skripsi ini memilih Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Syariah Indonesia sebagai populasi.

- 2) Hasil penelitian (Hulu et al., 2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kinerja Perbankan Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Konvensional” menunjukkan bahwa Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO), *Capital Adequency Ratio (CAR)*, *Return On Asset (ROA)*, dan *Loan to Deposit Ratio (LDR)* berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi ini adalah sama sama menggunakan *Return On Asset (ROA)* sebagai variabel bebas dan dana pihak ketiga sebagai variabel terikat. Perbedaannya adalah penelitian di atas memilih bank umum konvensional sebagai populasi penelitian sedangkan skripsi ini memilih Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Syariah Indonesia sebagai populasi.
- 3) Hasil penelitian (Mumtazah & Septiarini, 2017) dengan judul ”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia (Periode Triwulan I 2010 – Triwulan I 2015)” menunjukkan bahwa bagi hasil dan bonus berpengaruh signifikan positif terhadap dana pihak ketiga, beban promosi berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga, dan inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu sama sama menggunakan beban promosi dan inflasi sebagai variabel independen/bebas dan dana pihak ketiga sebagai variabel

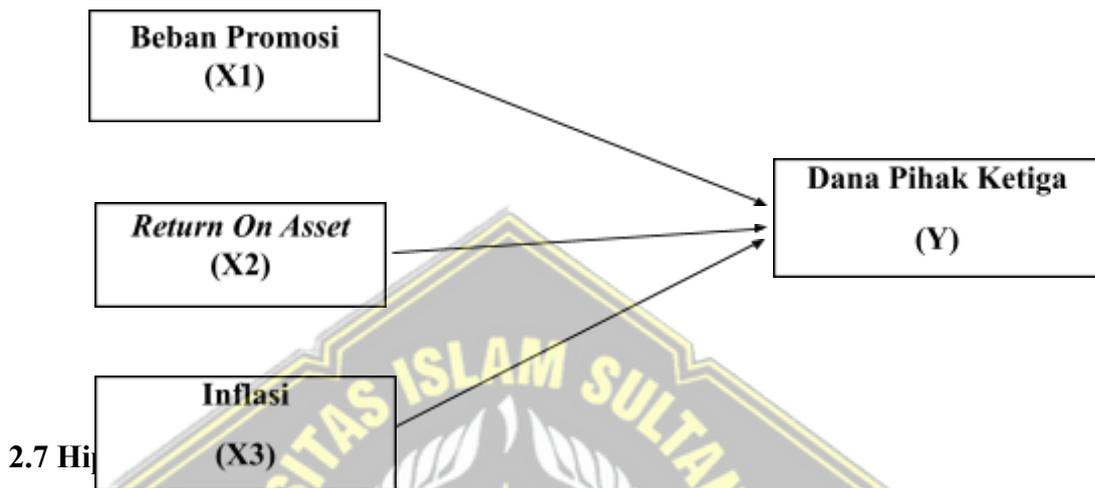
dependen. Perbedaannya, penelitian di atas memilih bank umum syariah sebagai populasi sedangkan skripsi ini memilih Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Syariah Indonesia sebagai populasi.

2.6 Kerangka Berpikir

Penelitian ini menguji dampak dari beban promosi, *return on asset*, dan inflasi terhadap dana pihak ketiga bank syariah. Memahami bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi sangat penting untuk memastikan keseimbangan dan keberlanjutan dalam dunia perbankan syariah yang dinamis. Promosi yang efektif berperan penting dalam membentuk citra bank syariah. Dengan membangun kepercayaan masyarakat, nasabah, dan investor, upaya promosi dapat meningkatkan kepercayaan terhadap bank syariah. Hal ini berdampak pada pertumbuhan dana pihak ketiga. Selanjutnya, *return on asset* mengukur kinerja keuangan bank syariah. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa aset dimanfaatkan secara efektif untuk menciptakan keuntungan. ROA yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah dan investor. Alhasil ROA yang tinggi dapat memudahkan bank untuk menghimpun dana pihak ketiga bagi bank syariah. Sebaliknya, inflasi dapat mempengaruhi perilaku menabung nasabah di bank, karenanya diperlukan peningkatan pengelolaan dana pihak ketiga oleh bank untuk mengurangi dampak negatif dari inflasi. Penting untuk diperhatikan bahwa faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan mempengaruhi keputusan yang diambil oleh nasabah dan investor. Berikut ini adalah

kerangka pemikiran dari penelitian ini berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya:

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



2.7 Hipotesis

Menurut (Vardiansyah & Febriani, 2018) hipotesis adalah dugaan sementara terhadap masalah yang bersifat spekulatif karena belum terbukti kebenarannya.

2.7.1 Pengaruh Beban Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Menurut Peraturan Menteri Keuangan 02/PMK.03/2010, beban promosi adalah biaya yang termasuk dalam dari biaya penjualan wajib pajak, yang diperlukan untuk memperkenalkan produk secara langsung atau tidak langsung dengan tujuan mempromosikan pemakaian dan/atau mempertahankan atau meningkatkan penjualan.

Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh bank dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya bank syariah dan meningkatkan popularitas bank syariah di pasar. Dampak ini berpotensi memotivasi nasabah untuk menempatkan lebih banyak dana atau

berinvestasi di bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan dana pihak ketiga.

Promosi yang efektif juga dapat meningkatkan kredibilitas bank syariah. Tingginya kepercayaan dapat menghasilkan pertumbuhan nasabah yang lebih besar, dan dalam konteks ini berarti lebih banyak dana yang disimpan atau diinvestasikan melalui produk dan layanan bank syariah.

Penelitian oleh (Apriliani & Diantini, 2021) mengungkapkan bahwa beban promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga dengan korelasi yang positif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Beban Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Dana Pihak Ketiga.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh Beban Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga.

H₁ : Terdapat pengaruh Beban Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga.

2.7.2 Pengaruh *Return On Assets (ROA)* Terhadap Dana Pihak Ketiga

Tingginya ROA menunjukkan kinerja perbankan yang baik dan mencerminkan bank dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba sudah efisien. Sehingga investor akan berminat untuk membeli saham atau obligasi perusahaan.

ROA yang baik atau sehat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat karena menunjukkan bahwa bank efisien dalam mengelola aset dan menghasilkan laba. Hal ini membuat nasabah akan menempatkan dananya karena dianggap aman dan kinerja bank yang baik.

(Rahman & Setiawansi, 2021) menemukan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga. Dengan mempertimbangkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis :

Hipotesis 2 : *Return On Asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Dana Pihak Ketiga.

H0 : Tidak terdapat pengaruh *Return On Asset* terhadap Dana Pihak Ketiga.

H2 : Terdapat pengaruh *Return On Asset* terhadap Dana Pihak Ketiga.

2.7.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Inflasi seringkali terjadi tanpa dikehendaki, Milton Friedman menjelaskan bahwasanya inflasi dan selalu merupakan fenomena moneter dan bisa terjadi dimana saja (Bishop, 2010). Fenomena moneter adalah fenomena yang berhubungan dengan uang atau keuangan (KBBI). Inflasi yang tinggi di suatu negara dapat mengikis kepercayaan publik yang menyebabkan menurunkan kepercayaan terhadap stabilitas mata uang. Seiring waktu nasabah akan cenderung mengurangi simpanan dalam bentuk uang tunai. Oleh karena itu, masyarakat lebih tertarik untuk menanamkan harta mereka dalam bentuk lain seperti emas dan properti yang nilainya tetap stabil meskipun terjadi inflasi. Maka hal ini akan mempengaruhi dana pihak ketiga bank. Dimana masyarakat akan kehilangan minat menabung di bank dan memilih untuk menyimpan dananya di emas atau properti.

Penelitian (Kristina & Esya, 2023) menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga. Oleh karena itu, hipotesis

berikut ini dapat dirumuskan berdasarkan pemikiran yang telah disebutkan di atas :

Hipotesis 3 : Inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Dana Pihak Ketiga.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga.

H₃ : Terdapat pengaruh Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga.

2.7.4 Hipotesis Uji-t

Hipotesis secara parsial :

H₀ : Variabel bebas secara sendiri/parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (nilai Signifikansi $> 0,05 = H_0$ diterima, H₁ ditolak)

H₁ : Variabel bebas secara sendiri/parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (nilai Signifikansi $< 0,05 = H_0$ ditolak, H₁ diterima)

2.7.4 Hipotesis Uji Fit Model

Hipotesis secara simultan :

H₀ : Variabel bebas secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (nilai Signifikansi $> 0,05 = H_0$ diterima, H₁ ditolak)

H₁ : Variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (nilai Signifikansi $< 0,05 = H_0$ ditolak, H₁ diterima)

BAB III

METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

3.1 Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kuantitatif yang bertujuan untuk menentukan dan menganalisis hubungan antara beberapa variabel dengan menggunakan data numerik. Bentuk penelitian ini berfokus pada pencarian hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Populasi dan Sampel

Istilah “populasi” mengacu pada sekelompok subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang dapat diidentifikasi dan dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Untuk penelitian ini, populasi terdiri dari Bank BRI Syariah (BRIS), Bank BNI Syariah (BNIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Syariah Indonesia (BSI).

Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan triwulanan pada bank Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BRI Syariah periode 2015-2020 dan laporan keuangan triwulanan Bank Syariah Indonesia periode 2021-2022. Jadi total sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 sampel diperoleh dari data triwulanan BRIS 2015-2020 ($4 \times 6 \text{ tahun} = 24$), BNIS ($4 \times 6 \text{ tahun} = 24$), BSM ($4 \times 6 \text{ tahun} = 24$), BSI ($4 \times 2 \text{ tahun} = 8$). Jika ditotal ke empat bank maka ($24 + 24 + 24 + 8 = 80$)

3.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah :

1. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2019) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pengumpul data melainkan diperoleh lewat orang lain maupun lewat dokumen. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui laporan keuangan perbankan syariah yang diakses dan diunduh di laman internet Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023)

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu karakteristik, atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang oleh peneliti diidentifikasi dan dianalisis untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)

a) Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2019).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Beban Promosi (X_1), *Return On Asset* (X_2), Inflasi (X_3).

b) Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dana Pihak Ketiga (Y).

3.5 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi untuk analisis data. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menentukan arah dan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat baik dalam hubungan positif maupun negatif.

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah penting dalam proses analisis data untuk memenuhi persyaratan penerimaan klasik dan pengujian hipotesis, termasuk analisis regresi. Sangat penting untuk menguji data penelitian apakah berdistribusi normal karena data yang baik seharusnya berdistribusi normal (Raharjo, 2021). Untuk uji normalitas penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Kolmogorov-smirnov* sebagai alat analisis dan menggunakan kriteria keputusan tertentu.

- a) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal.
- b) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $< 0,05$ maka data dianggap tidak terdistribusi secara normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Salah satu cara untuk mendeteksi ada gejala heteroskedastisitas pada suatu model regresi adalah dengan melakukan uji Glejser. Prinsip kerja uji ini adalah meregresikan variabel-variabel bebas terhadap absolut

residualnya. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka tidak terdapat bukti adanya heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka menunjukkan adanya bukti heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik untuk analisis regresi linear berganda. Uji ini memeriksa apakah ada korelasi yang kuat antara variabel independen atau antara variabel independen dan dependen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen dan tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria keputusan untuk ujian ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka dapat diasumsikan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka dapat diasumsikan terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Model regresi yang baik

adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson (DW Test)*. Tidak ada gejala autokorelasi jika nilai Durbin Watson (DW) berada di antara antara du dan $(4-du)$. Penting untuk diperhatikan bahwa autokorelasi dapat terjadi jika nilai DW berada di luar kisaran ini. Nilai spesifik du dapat ditentukan dengan melihat nilai tabel Durbin Watson berdasarkan k (n) dan N (n) dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

3.5.2 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk pengujian hipotesis untuk memastikan apakah dua atau lebih variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y) atau tidak. Pengujian yang dilakukan dalam regresi linear berganda meliputi uji-t dan uji F. Tujuan dari uji-t adalah untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki dampak secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen (Y) atau tidak. Tujuan dari uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap variabel dependen (Y).

1) Model Regresi

Model regresi adalah teknik statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen melalui persamaan matematis. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda sehingga menghasilkan persamaan regresi :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Dana pihak ketiga

a : Konstanta

b_1 : Nilai koefisien regresi beban promosi

X_1 : Beban promosi

b_2 : Nilai koefisien regresi *return on asset*

X_2 : *Return on asset*

b_3 : Nilai koefisien regresi inflasi

X_3 : Inflasi

2) Uji-t

Uji-t menilai apakah setiap variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun individual, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan dan pada tingkat signifikansi 0,05. Uji-t dievaluasi dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

H_0 diterima, H_1 ditolak jika nilai Signifikansi $> 0,05$.

H_0 ditolak, H_1 diterima jika nilai Signifikansi $< 0,05$.

3) Uji Fit Model

Uji simultan atau uji *Fit Model* menilai apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05 dengan mengasumsikan variabel

independen bernilai konstan. Uji *Fit Model* menganut kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai Signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima, hipotesis alternatif (H_1) ditolak.
- b) Jika nilai Signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak, hipotesis alternatif (H_1) diterima.

4) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan (R^2) adalah ukuran statistik yang mengindikasikan sejauh mana variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi.

Secara lebih spesifik, (R^2) menggambarkan seberapa data cocok dengan garis regresi yang dihasilkan oleh model. Nilai-nilai (R^2) dapat diartikan sebagai berikut:

- a) ($R^2 = 0$) : Model regresi tidak menjelaskan variasi dalam variabel dependen sama sekali.
- b) ($R^2 < 1$) : Model regresi menjelaskan sebagian variasi dalam variabel dependen.
- c) ($R^2 > 1$) : Model regresi mampu menjelaskan seluruh variasi dalam variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis

4.1.1 Uji Asumsi Klasik

1) Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikannya. Menurut (Ghozali, 2018) metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang ada di dalam variabel. Hal ini dipresentasikan oleh nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum, dan standar deviasi. Statistik deskriptif digunakan dalam meringkas data menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami yang memprjelas hubungan antar variabel independen yang diprosikan dengan dana pihak ketiga. Hasil analisis statistik deskriptif ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 1 Statistik Deskripif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BEBAN PROMOSI (X1)	80	76	1013193	59058,71	130650,419
RETURN ON ASSET (X2)	80	,31	5,95	1,2742	,94354
INFLASI (X3)	80	1,33	7,26	3,5155	1,47613
DANA PIHAK KETIGA (Y)	80	16595015	261490981	64821576,09	62143431,82
Valid N (listwise)	80				

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah (N) data yang valid untuk masing-masing variabel adalah 80 yang berasal dari 80 titik data sampel. Dalam beban promosi (X1) dari 80 sampel terlihat bahwa nilai minimum adalah 76 dan nilai maksimum adalah 1.013.193, nilai *mean* dari periode 2015-2022 sebesar 59058,71 serta nilai standar deviasi sebesar 130.650,419.

Dari analisis 80 buah sampel ditemukan bahwa *Return On Asset* (X2) memiliki rentang nilai antara 0,31 sampai dengan 5,95 nilai *mean* dari periode 2015-2022 sebesar 1,2742 dengan standar deviasi sebesar 0,94354.

Demikian pula Inflasi (X3) memiliki rentang nilai antara 1,33 sampai 7,26 dengan nilai *mean* dari periode 2015-2022 sebesar 3,5155 dan standar deviasi sebesar 1,47613.

Dana pihak ketiga (Y) dari 80 buah sampel diketahui bahwa nilai minimum sebesar 16.595.015 dan nilai maksimum sebesar 261.490.981 nilai *mean* dari periode 2015-2022 sebesar 64.821.576,09 serta nilai standar deviasi sebesar 62.143.431,82.

2) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan alat uji analisis metode *Kolmogorov-smirnov*. Berikut tabel hasil uji metode *Kolmogorov-smirnov*.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	40534292,96
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dengan dasar bahwa jika nilai Asymp. Sig (*2-tailed*) > 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Dari hasil uji SPSS di atas dengan nilai signifikansi sebesar 0,081 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dan dilakukan dengan uji Glejser. Dalam prosedur ini variabel-variabel independent diregresikan terhadap nilai Absolut residualnya. Hasil uji Glejser disajikan sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Heterosedastisitas (Uji Gletser)

Model		t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	4,612	,000	
	BEBAN PROMOSI (X1)	-,463	,645	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	RETURN ON ASSET (X2)	1,566	,122	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	INFLASI (X3)	-1,896	,062	Tidak terjadi heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan kriteria keputusan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan tidak adanya bukti heteroskedastisitas. Hasil uji glejser menunjukkan bahwa Beban promosi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,645 > 0,05$. *Return on assets* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,122 > 0,05$ dan Inflasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,062 > 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heroskedastisitas.

4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memeriksa apakah ada korelasi yang kuat antara variabel independen atau antara variabel independen dan dependen dalam model regresi. Kriteria keputusan untuk ujian ini adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka dapat diasumsikan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka dapat diasumsikan terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a		
Model		Tolerance	VIF	Keterangan
1	(Constant)			
	BEBAN PROMOSI (X1)	,749	1,335	Tidak terjadi multikolinearitas
	RETURN ON ASSET (X2)	,747	1,339	Tidak terjadi multikolinearitas
	INFLASI (X3)	,996	1,004	Tidak terjadi multikolinearitas

Table Caption

a. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dan nilai VIF setiap variabel independen (beban promosi, *return on assets*, inflasi) memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini.

5) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW Test*). Tidak ada gejala autokorelasi jika nilai Durbin Watson (DW) berada di antara antara $2d$ dan $(4-2d)$. Penting untuk diperhatikan bahwa autokorelasi dapat terjadi jika nilai DW berada di luar kisaran ini. Nilai spesifik $2d$ dapat ditentukan dengan melihat nilai tabel Durbin Watson berdasarkan k (n) dan N (n) dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,758 ^a	,575	,558	41326569,06	1,792

a. Predictors: (Constant), INFLASI (X3), BEBAN PROMOSI (X1), RETURN ON ASSET (X2)

b. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

Tidak ada gejala autokorelasi yang terlihat ketika nilai Durbin Watson (DW) berada di antara du dan $(4-du)$. Nilai du ditemukan pada distribusi tabel Durbin Watson berdasarkan k (3) dan N (80) dengan tingkat signifikansi 0,05.

$dw : 1,792$

$du : 1,715$ (dilihat pada tabel durbin Watson pada k (3) dan n (80))

$4-du : 4 - 1,715 = 2,285$

Maka dapat disimpulkan bahwa $du < dw < 4-du = 1,715 < 1,792 < 2,285$ maka tidak ada gejala autokorelasi.

4.1.2 Uji Hipotesis

- 1) Model Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	45822510,13	13289726,90	3,448	,001
	BEBAN PROMOSI (X1)	177,315	41,112	4,313	,000
	RETURN ON ASSET (X2)	31298470,34	5702347,140	5,489	,000
	INFLASI (X3)	-8919074,563	3156536,693	-2,826	,006

a. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

Dari hasil output diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 45822510,3 + 177,315X_1 + 31298470,34X_2 + -8919074,563X_3$$

Keterangan :

Y = Dana Pihak Ketiga

X₁ = Beban Promosi

X₂ = Return On Asset (ROA)

X₃ = Inflasi

a = Konstanta

2) Uji parsial (Uji-t)

Uji-t adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai Signifikansi < 0,05 maka H1 diterima. Berikut hasil Uji-t pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji-t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error			
1	(Constant)	45822510,13	13289726,90	3,448	,001	
	BEBAN PROMOSI (X1)	177,315	41,112	4,313	,000	Terdapat pengaruh positif
	RETURN ON ASSET (X2)	31298470,34	5702347,140	5,489	,000	Terdapat pengaruh positif
	INFLASI (X3)	-8919074,563	3156536,693	-2,826	,006	Terdapat pengaruh negatif

a. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

Dari tabel diatas dapat menjelaskan bahwa dengan melihat nilai signifikansi maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

a) Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis 1 (H1) : Beban Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Dana Pihak Ketiga.

Berdasarkan perhitungan sebagaimana terlihat pada tabel 4.6 nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 177,315. Hasil estimasi variabel beban promosi sebesar nilai $t = 4,313$ dengan nilai Sig. 0,000. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa beban promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga sehingga H1 diterima,

b) Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis 2 (H2) : *Return On Asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Dana Pihak Ketiga.

Berdasarkan perhitungan sebagaimana terlihat pada tabel 4.6 nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 31298470,34. Hasil estimasi variabel *Return On Asset* sebesar nilai $t = 5,489$ dengan nilai Sig. 0,000. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa *Return On Asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga sehingga H2 diterima,

c) Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis 3 (H3) : Inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Dana Pihak Ketiga.

Berdasarkan perhitungan sebagaimana terlihat pada tabel 4.6 nilai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar -8919074,563. Hasil

estimasi variabel Inflasi sebesar nilai $t = -2,826$ dengan nilai Sig. 0,006. Nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa Inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap dana pihak ketiga sehingga H3 diterima,

3) Uji *Fit Model*

Uji *Fit Model* adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai Signifikansi $< 0,05$ maka H1 diterima. Berikut adalah hasil pengujian statistik F, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Fit Model

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,753E+17	3	5,843E+16	34,211	,000 ^b
	Residual	1,298E+17	76	1,708E+15		
	Total	3,051E+17	79			

a. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

b. Predictors: (Constant), INFLASI (X3), BEBAN PROMOSI (X1), RETURN ON ASSET (X2)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa ke empat variabel independen yaitu beban promosi (X1), ROA (X2), dan inflasi (X3) memiliki nilai sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Maka H1 diterima, H0 ditolak.

4) Koefisien Determinasi

Tabel 4. 8 Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,758 ^a	,575	,558	41326569,06	1,792

a. Predictors: (Constant), INFLASI (X3), BEBAN PROMOSI (X1), RETURN ON ASSET (X2)

b. Dependent Variable: DANA PIHAK KETIGA (Y)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,558 artinya bahwa variabel Beban Promosi (X1), ROA (X2), Inflasi (X3) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Dana Pihak Ketiga (Y) adalah sebesar 55% dan 45% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Beban Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 177,315. Hasil estimasi variabel beban promosi sebesar nilai $t = 4,313$ dengan nilai Sig. 0,000. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa beban promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga.

Artinya kenaikan beban promosi menyebabkan dana pihak ketiga juga mengalami kenaikan atau peningkatan. Dengan melakukan promosi yang efektif bank dapat meningkatkan kesadaran calon nasabah tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan. Peningkatan kesadaran ini mendorong minat calon nasabah untuk mengetahui lebih lanjut tentang bank syariah dan mempertimbangkan untuk menyimpan dananya di bank syariah. Selain itu promosi yang baik juga dapat membangun citra positif bagi bank syariah.

Ketika bank mempromosikan transparansi, keadilan dan prinsip-prinsip syariah yang mereka anut maka hal ini dapat meningkatkan kepercayaan calon nasabah terhadap bank. Kepercayaan inilah yang mendorong nasabah untuk memilih bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan dan mengelola dana mereka. Promosi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan dana pihak ketiga. Dengan membangun citra positif dan pelayanan yang baik dapat mempertahankan hubungan yang kuat dan memastikan bahwa nasabah tetap memilih bank syariah sebagai mitra keuangan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriliani & Diantini, 2021) bahwa beban promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga.

4.2.2 Pengaruh *Return On Assets (ROA)* Terhadap Dana Pihak Ketiga

Nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 31298470,34. Hasil estimasi variabel *Return On Asset* sebesar nilai $t = 5,489$ dengan nilai Sig. 0,000. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa *Return On Asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga.

Artinya semakin baik ROA maka akan meningkatkan dana pihak ketiga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahman & Setiawansi, 2021). Jika bank memiliki nilai ROA yang tinggi maka ini mengidentifikasikan bahwa bank dapat mengelola asset secara efektif dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Nasabah dan investor cenderung lebih

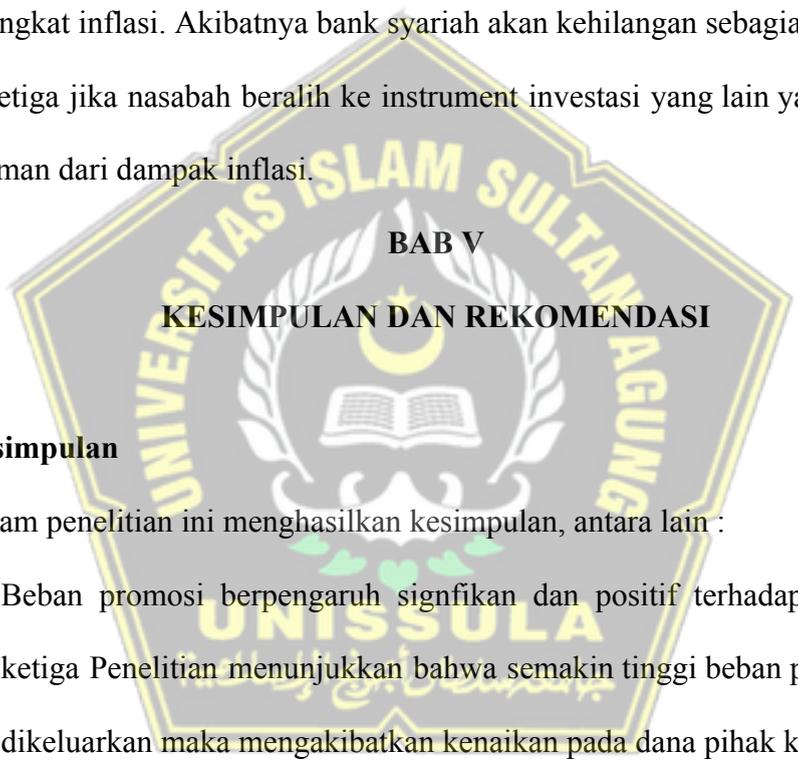
tertarik dengan bank yang memiliki kinerja keuangan yang baik untuk menyimpan dananya. ROA yang tinggi juga dapat membangun kepercayaan nasabah dan investor terhadap kemampuan bank untuk memberikan hasil yang baik atas dana yang ditempatkan di bank tersebut. Kepercayaan yang meningkat mendorong nasabah dan investor untuk menyimpan dan menginvestasikan lebih banyak dana di bank syariah. Keuntungan yang dihasilkan dari ROA yang tinggi dapat mendukung rencana pertumbuhan dan ekspansi bank syariah. Dengan memiliki sumber daya yang lebih besar, bank dapat meningkatkan jangkauan dan layanan produk yang pada akhirnya dapat menarik lebih banyak nasabah dan dana pihak ketiga.

4.2.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Nilai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar -8919074,563. Hasil estimasi variabel Inflasi sebesar nilai $t = -2,826$ dengan nilai Sig. 0,006. Nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa Inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap dana pihak ketiga

Artinya semakin tinggi inflasi maka akan menurunkan simpanan dana pihak ketiga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristina & Esya, 2023). Tingkat inflasi yang tinggi menyebabkan pengurangan daya beli uang karena harga-harga barang dan jasa menjadi lebih tinggi berarti uang akan memiliki nilai yang lebih rendah. Akibatnya nasabah mungkin merasa bahwa nilai uang yang mereka simpan di bank syariah akan berkurang secara nilai seiring dengan meningkatnya inflasi. Inflasi yang

tinggi juga dapat mengakibatkan resiko kerugian nyata bagi nasabah karena nilai dana mereka tidak dapat tumbuh seiring dengan laju inflasi sehingga nasabah akan kurang termotivasi untuk menyimpan dananya di bank syariah. Tidak hanya itu inflasi yang tinggi dapat mendorong nasabah untuk mencari alternatif investasi yang lebih menghasilkan seperti properti, emas atau aset lainnya yang memiliki potensi pengembalian yang lebih tinggi dari tingkat inflasi. Akibatnya bank syariah akan kehilangan sebagian dana pihak ketiga jika nasabah beralih ke instrument investasi yang lain yang dianggap aman dari dampak inflasi.



BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan, antara lain :

- 1) Beban promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi beban promosi yang dikeluarkan maka mengakibatkan kenaikan pada dana pihak ketiga. Hal ini dikarenakan beban promosi tersebut merupakan biaya untuk melakukan upaya promosi dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, dalam hal ini produk yang dijual berupa produk simpanan, produk pembiayaan, dan lain-lain. Strategi promosi yang tepat dan efektif dapat meningkatkan kesadaran dan citra positif dan meningkatkan popularitas bank syariah di pasar. Dampak positif ini akan mendorong masyarakat untuk

menempatkan dananya di bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan dana pihak ketiga.

- 2) *Return on asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap dana pihak ketiga. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi ROA maka akan meningkatkan pertumbuhan pada dana pihak ketiga. ROA yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang efisien dan menarik minat nasabah dan investor untuk menempatkan dananya di bank syariah. Selain itu, ROA yang tinggi menandakan bahwa bank dapat mengelola *asset* dengan baik sehingga hal tersebut menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Hal ini akan membuat nasabah akan menempatkan dananya di bank karena dianggap aman dan kinerja bank yang baik.
- 3) Inflasi memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap dana pihak ketiga. Artinya tingkat inflasi yang tinggi memiliki dampak negatif pada pertumbuhan dana pihak ketiga. Ketika inflasi tinggi akan mengakibatkan berkurangnya dana pihak ketiga. Hal ini dikarenakan ketika tingkat inflasi tinggi maka masyarakat akan hilang kepercayaan dan akan menurunkan kekayaan dalam bentuk uang, sehingga masyarakat lebih memilih menyimpan hartanya dalam bentuk emas atau properti.
- 4) Bank syariah harus terus mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat nasabah.
- 5) Mempertahankan ROA yang baik merupakan kunci agar performa keuangan tetap positif.

- 6) Bank dapat memberikan edukasi kepada nasabah tentang cara mengelola dana mereka dalam menghadapi inflasi.

5.2 Implikasi

Implikasi kebijakan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Pengembangan Strategi Promosi Yang Berbasis Prinsip Syariah

Bank syariah sebaiknya mengembangkan strategi promosi yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Promosi harus dilakukan dengan transparan, jujur dan tidak melanggar nilai-nilai islam. Dengan demikian bank dapat membangun citra positif yang kuat dan dapat dipercaya oleh nasabah.

- 2) Investasi Dalam Kinerja Keuangan Yang Unggul

Bank syariah perlu terus berinvestasi dalam manajemen keuangan yang kuat dan efisien. Peningkatan ROA dapat membantu bank menarik lebih banyak nasabah.

- 3) Pengembangan Produk Inflasi-Resisten

Bank dapat mengembangkan produk investasi yang dapat melindungi nasabah dari dampak negatif inflasi. Ini dapat mencakup produk yang dikaitkan dengan indeks inflasi.

- 4) Pemantauan Lingkungan Ekonomi

Kebijakan perbankan syariah harus selalu memantau perkembangan ekonomi dan inflasi. Penyesuaian strategi investasi dan promosi dapat diperlukan untuk mengatasi fluktuasi ekonomi yang mungkin terjadi.

5) Kemitraan Dengan Institusi Pendidikan

Bank dapat menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan atau lembaga syariah untuk memberikan pelatihan dan edukasi keuangan kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pemahaman nasabah tentang manajemen keuangan yang sehat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian di atas memiliki beberapa keterbatasan antara lain :

- 1) Penelitian ini hanya mengambil tiga variabel independen yaitu beban promosi, *return on asset*, dan inflasi. Diduga masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi dana pihak ketiga pada Bank Syariah Indonesia Periode 2015-2022.
- 2) Populasi penelitian hanya terbatas pada Bank BNI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank Syaiah Indonesia. Sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk sektor yang lebih luas.
- 3) Metode yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda sehingga hasil analisis masih memiliki kelemahan.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Agenda penelitian mendatang yang dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian diatas dan keterbatasan yang disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan penelitian dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih beragam dari berbagai bank syariah yang ada di Indonesia.
- 2) Menambahkan variabel tambahan ke dalam model analisis seperti tingkat suku bunga atau faktor-faktor lain yang memiliki potensi pengaruh terhadap dana pihak ketiga.
- 3) Meneliti pengaruh psikologis dan perilaku nasabah, seperti persepsi nilai uang, persepsi resiko dan faktor motivasi dalam keputusan nasabah untuk menyimpan dana pihak ketiga.
- 4) Melakukan penelitian kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor motivasi dan persepsi nasabah terkait pertumbuhan dana pihak ketiga.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R., & Diantini, W. (2021). Pengaruh Beban Promosi Terhadap Dana Yang Dihimpun Pihak Ketiga Pada Pt Bank Mandiri Persero Tbk, Jakarta. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.34127/jrakt.v6i1.443>
- Bank Mega Syariah, T. (2023). *Mengenal Akad Bank Syariah Beserta Jenis dan Fungsinya*. PT Bank Mega Syariah. [https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/akad-bank-syariah#:~:text=Akad adalah jenis perjanjian atau,syariah yang ada di Indonesia](https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/akad-bank-syariah#:~:text=Akad%20adalah%20jenis%20perjanjian%20atau,syariah%20yang%20ada%20di%20Indonesia).
- Bishop, M. (2010). *Ekonomi Panduan Lengkap dari A-Z*. BACA.
- Budisantoso, T., & Nuritomo. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Salemba Empat.
- Dendawijaya, L. (2015). *Manajemen Perbankan* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Dewi, Ratna, S., & Shara, Y. (2021). Anteseden Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(1), 54–62. <https://doi.org/10.30596/jrab.v21i1.6395>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hulu, K., Halim, F., Novita, & Firdaus, T. (2016). Analisis Pengaruh Kinerja Perbankan Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Persero. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 1155–1164. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.318>
- Ibrahim, Z. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro Edisi Revisi*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Ismail. (2016). *Perbankan Syariah*. Prenadamedia Group. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1067096#>
- Kasmir. (2014). *Dasar-dasar Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Kristina, I., & Esya, L. (2023). Pengaruh Inflasi, Sertifikat Bank Indonesia Syariah (Sbis), Dan Kurs Terhadap Dana Pihak Ketiga (Dpk) Perbankan Syariah Di Indonesia. *Media Ekonomi*, 30(2), 123–141. <https://doi.org/10.25105/me.v30i2.16252>
- Mira, A. (2018). *Analisis Fakto Internal dan Eksternal Terhadap Volume Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mumtazah, W., & Septiarini, D. F. (2017). 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. <https://doi.org/10.20473/vol3iss201610pp800-815>
- OJK, O. J. K. (2023). *Laporan Keuangan Perbankan*. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-keuangan-perbankan/default.aspx>
- Pradja, J. S. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pustaka Setia.
- Raharjo, S. (2021). *Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS*. SPSS Indonesia.

- <https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Rahman, A. F., & Setiawansi, Y. (2021). Analisis Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 154. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1608>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartono, Purwati, Suci, D., Kuspriyono, T., Yanti, Vera, A., & Hakim, L. (2022). Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT. Bank BRI Syariah Indonesia Tbk. 15(April), 31–44. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.24207>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Gramedia.
- Vardiansyah, D., & Febriani, E. (2018). *Filsafat Ilmu Komunikasi : Pengantar Ontologi, Epistemologi, Aksiologi* (B. Sarwiji (ed.)). Perpustakaan Nasional.
- Veithzal, R., & Arviyan, A. (2014). *Islamic Banking (Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi)*. Bumi Aksara.

