

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Masalah.....	10
D. Manfaat penelitian.....	10
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1. Variabel Penelitian .....	12
2. Indikator Variabel .....	13
F. Definisi Operasional.....	13
G. Asumsi Penelitian .....	15
H. Hipotesis.....	16
I. Metode Penelitian.....	16
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17
2. Sumber Data.....	17
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data.....	18
4. Analisis Data .....	19
J. Sistematika Pembahasan .....	25
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>28</b>

A. Penelitian Terdahulu .....	28
B. Kajian Teori .....	32
1. Pengertian Biaya Promosi .....	32
2. Penjelasan Dana Pihak Ketiga .....	40
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>75</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	75
B. Penyajian Data .....	90
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	91
D. Pembahasan.....	98
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran-Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Uraian</b>	<b>Hal.</b>
1.1	Laporan Keuangan Per Tahun PT BRISyariah .....	8
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	28
3.1	Data Biaya Promosi dan Jumlah Dana Pihak Ketiga .....	89
3.2	Tabel Uji Statistik Deskriptif .....	90
3.3	Tabel Uji Drabin-Watson .....	94
3.4	Tabel Uji Autokorelasi .....	95
3.5	Tabel Persamaan Regresi Sederhana .....	96
3.6	Tabel Uji Koefisien Determinasi .....	97
3.7	Tabel Uji t Profitabilitas .....	97



## DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal.
3.1	Gambar Uji Normalitas Data .....	92
3.2	Gambar Uji Heteroskedastisitas .....	93



**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP  
JUMLAH DANA PIHAK KETIGA PT BRISyariah TAHUN 2009 – 2015**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



**Oleh:**

**TUTIK AISYATUL FAJRIYAH**

NIM: 083 123 049

**Dosen Pembimbing:**

**RETNA ANGGITA NINGSIH, S.E., M.M**

NIP. 19740420 199803 2 001

**IAIN JEMBER**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**2016**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP  
JUMLAH DANA PIHAK KETIGA PT BRISyariah TAHUN 2009 – 2015**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



**Oleh:**

**TUTIK AISYATUL FAJRIYAH**

NIM: 083 123 049

**Dosen Pembimbing:**

**RETNA ANGGITA NINGSIH, S.E., M.M**

NIP. 19740420 199803 2 001

**IAIN JEMBER**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**2016**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Dalam dunia modern sekarang ini, peran perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.<sup>1</sup>

Perkembangan dunia perbankan baik secara global maupun lokal sangatlah pesat dan kebutuhan masyarakat terhadap perbankan juga semakin meningkat. Hal ini dikarenakan bank mampu memberi banyak solusi dari banyak persoalan kebutuhan masyarakat seperti permodalan, perumahan, kendaraan dan lain-lain untuk semua lapisan masyarakat mulai dari pedagang, nelayan, petani dan dari semua profesi. Kemudahan dan profesionalitas bank semakin meningkatkan keterlibatan masyarakat atau bahkan ada ketergantungan masyarakat terhadap jasa perbankan.

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan – Edisi Revisi 2014* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 3.

melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari satu tempat ke tempat lain atau dari satu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, serta aktivitas keuangan lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut.<sup>2</sup>

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.<sup>3</sup>

Sekarang ini disamping bank konvensional, ada lagi bank syariah yang cukup mengalami kemajuan dan mendapat sambutan masyarakat. Sekalipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia, kehadiran bank yang berdasarkan syariah masih relatif baru. Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT Bank Muamalat

---

<sup>2</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), 1.

<sup>3</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 24.



Indonesia (BMI). Di samping BMI, saat ini juga telah lahir Bank Syariah milik pemerintah seperti BRISyariah.

BRISyariah berdiri berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRISyariah secara resmi beroperasi sekaligus mengubah kegiatan usahanya dari sebuah bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam. Kantor cabang yang representatif di buka di berbagai kota besar dan strategis di seluruh Indonesia demi memberikan layanan yang mudah dijangkau nasabah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1:

“Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dan yang dimaksud Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.”<sup>4</sup>

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dinyatakan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan mengacu pada fatwa yang

---

<sup>4</sup>Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Bank Indonesia & Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Bandung: Citra Umbara, 2013), 140-141.

dikeluarkan oleh lembaga berwenang. Bank syariah pun menjalankan fungsi penghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Prinsip syariah Islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Tidak setiap orang mampu secara langsung menginvestasikan hartanya untuk menghasilkan keuntungan oleh karena itu, diperlukan suatu lembaga perantara yang menghubungkan masyarakat pemilik dana dan pengusaha yang memerlukan dana (pengelola dana). Salah satu bentuk lembaga perantara tersebut adalah bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.<sup>5</sup>

Penempatan dana di bank syariah bersifat investasi sehingga perolehan yang didapat tidak bisa dipastikan karena praktik bisnis bisa menguntungkan atau mengalami kerugian sebagai konsekuensi investasi. Yang bisa dipastikan hanya porsi bagi hasil antara bank dengan nasabah dalam bentuk presentase. Produk bank syariah relatif banyak dibandingkan dengan bank konvensional, produk bank syariah yang beragam tersebut didasari akadnya yang bervariasi.<sup>6</sup>

Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat. Baik bersekala kecil

---

<sup>5</sup>Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Raja wali Pers, 2015), 4-5.

<sup>6</sup>Ikatan Bankir, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 7.

maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengan kata lain bank menjadi tidak berfungsi sama sekali. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai.<sup>7</sup>

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya. Dana untuk membiayai operasinya dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana ini tergantung bank itu sendiri. Sumber-sumber dana bank dapat diperoleh dari *dana yang bersumber dari bank itu sendiri, dana yang berasal dari masyarakat luas, dan dana yang bersumber dari lembaga lainnya.*<sup>8</sup> Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan padadana yang berasal dari masyarakat luas atau biasa disebut Dana Pihak Ketiga (DPK).

Sumber dana dari masyarakat luas ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya dan pencarian dananya paling dominan. Penghimpun dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip

---

<sup>7</sup>Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 114.

<sup>8</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 58.

operasional syariah yang ditetapkan dalam penghimpun dana masyarakat (DPK) adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.<sup>9</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas pihak bank dapat menarik dana pihak ketiga melalui dana yang berasal dari masyarakat luas. Sumber dana ini merupakan sumber dan terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Adapun sumber dana masyarakat luas dapat dilakukan dalam bentuk; *simpanan giro*, *simpanan tabungan*, dan *simpanan deposito*.

Dalam praktiknya BRISyariah, menggunakan ketiga produk dana pihak ketiga yang ada yaitu *simpanan giro*, *simpanan tabungan* dan *simpanan deposito*. Tetapi yang lebih banyak digunakan atau yang lebih dominan menjadi pilihan masyarakat adalah simpanan tabungan. Dikarenakan fasilitasnya mudah dan banyak pilihan dalam tabungan diantaranya; Tabungan FAEDAH, Tabungan SimPel (simpanan pelajar), Tabungan haji, dan Tabungan Impian.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk melakukan transaksi keuangannya secara syariah, perkembangan perbankan syariah telah mendorong munculnya lembaga keuangan syariah lain, seperti asuransi syariah, pegadaian syariah, pasar modal syariah, serta lembaga pendidikan yang membuka program studi ekonomi dan keuangan syariah. Demikianlah perbankan syariah dan lembaga-lembaga keuangan

---

<sup>9</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 107-108.

serta non keuangan syariah telah saling melengkapi untuk terus berkembang dari waktu ke waktu.

Dalam dunia bisnis, pelaku bisnis dituntut untuk selalu berfikir kreatif dan inovatif untuk perusahaan yang dikelolanya dalam rangka mempertahankan eksistensi perusahaannya. Hal ini mengingat ketatnya persaingan dalam dunia bisnis dan kondisi perekonomian yang semakin sulit, sehingga memaksa hampir semua perusahaan termasuk perbankan untuk selalu giat berusaha agar setiap perusahaan maupun perbankan dapat terus berdiri dan dapat memaksimalkan keuntungan sehingga dapat membantu perkembangan usahanya. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah dalam menggunakan strategi pemasaran, yang salah satunya tentang promosi. Sebab promosi berpangkal pada kebutuhan masyarakat yang belum mengetahui tentang informasi produk, jasa, dan layanan suatu bank. Proses menjual dan pemasaran di dunia perbankan relatif berbeda dengan produk dan jasa industri lain. Untuk itu, diperlukan kemampuan menyusun strategi guna memenangkan persaingan dengan memperhatikan *product, price, place, dan promotion*.<sup>10</sup>

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan

---

<sup>10</sup>A. Karim, *Bank Islam*, 310.

calon konsumen. Elemen yang terdapat dalam promisi diantaranya; *Advertising, Sales promotion, Public relation, Personal selling*.<sup>11</sup>

Dalam praktiknya biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT BRISyariah berpengaruh dalam jumlah dana pihak ketiga yang masuk ke dalam kas PT BRISyariah. Dikarenakan PT BRISyariah menggunakan langkah promosi, jadi masyarakat dapat mengenal akan produk dan pihak ketiga yang ada pada PT BRISyariah, yang diantaranya simpanan tabungan, giro dan deposito. Hal tersebut dapat dilihat dalam laporan keuangan PT BRISyariah yang telah peneliti olah menjadi laporan keuangan per tahun.

**Tabel 1.1**  
**Laporan Keuangan Per Tahun PT BRISyariah**  
**Tahun 2009-2015**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**

No	Tahun	Biaya Promosi	Dana Pihak Ketiga
1	2009	16.898	1.339.588
2	2010	61.736	5.820.448
3	2011	44.508	5.747.790
4	2012	28.042	8.121.567
5	2013	49.373	10.840.489
6	2014	68.190	13.846.452
7	2015	71.761	19.273.230

**Sumber: Data Diolah**

Peneliti akan memaparkan alasannya mengapa peneliti disini lebih memfokuskan kepada poin promosi dan poin dana pihak ketiga, karena menurut peneliti promosi adalah suatu langkah yang akan memberikan penjelasan yang menyakinkan para calon konsumen mengenai barang dan jasa. Serta alasan peneliti untuk mengambil dana pihak ketiga dikarenakan

<sup>11</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*(Bandung: Alfabeta, 2014), 179-181.

dana pihak ketiga merupakan sumber dana yang paling penting dalam sumber dana bank, dana pihak ketiga disini adalah dana yang bersumber dari masyarakat luas. Sumber dana yang berasal dari masyarakat luas ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana masyarakat.

Saat ini masyarakat sudah dapat memilih dan memilah dari banyaknya lembaga keuangan yang berkualitas maupun lembaga keuangan yang lebih unggul dari lainnya. Dan peneliti tertarik untuk mengkaji langkah-langkah dari promosi dan besarnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh pihak PT. BRISyariah terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) yang akan di peroleh oleh pihak PT. BRISyariah, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui dan mempelajari apakah dari biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT. BRISyariah dan jumlah dana pihak ketiga disini menimbulkan keterkaitan ataukah tidak. Agar mendapat gambaran yang jelas peneliti mengambil judul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP JUMLAH DANA PIHAK KETIGA PT BRISyariah TAHUN 2009 – 2015”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah yang digunakan adalah bersifat hubungan kausal, dimana yang dimaksud dengan hubungan kausal adalah hubungan

yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).<sup>12</sup>

Berikut adalah rumusan masalah yang bersifat asosiatif yang di buat oleh peneliti berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015?
2. Seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah tahun 2009-2015.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah tahun 2009-2015.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian.<sup>13</sup> Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam Bidang Keilmuan

---

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 37.

<sup>13</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 61.



Penelitian ini dapat menambah, memperdalam dan memperluas keilmuan tentang biaya promosi yang dikeliarkan terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah, utamanya untuk faktor biaya promosi. Selain itu penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis di masa yang akan datang.

## 2. Akademisi/ IAIN Jember

Bagi IAIN Jember, penelitian ini dapat menjadi tambahan koleksi kajian tentang pengaruh biaya promositerhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah.

## 3. Praktisi/Lembaga

Bagi lembaga, dalam hal ini PT BRISyariah diharapkan penelitian ini bisa memberikan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui gambaran tentang masyarakat yang nantinya akan menjadi pijakan untuk penentuan langkah selanjutnya bagi lembaga dalam meningkatkan strategi pemasaran dan promosi, tentunya dalam hal biaya promosi lebih di perhatikan lagi supaya kedepannya dalam dana pihak ketiga juga akan ada peningkatan.

IAIN JEMBER

## E. RUANG LINGKUP PENELITIAN

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya.<sup>14</sup>

Untuk mengetahui jenis-jenis variabel yang akan digunakan dalam suatu penelitian, maka peneliti dapat mengetahuinya dengan menghubungkan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen dan variabel dependen.

#### a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>15</sup>

Dalam penelitian ini yang dimaksud atau yang menjadi variabel independen atau variabel bebas (X) yaitu pengaruh biaya promosi.

#### b. Variabel Terikat (Dependen)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen.

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat.

---

<sup>13</sup> Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 21.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 39.

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang dimaksud atau yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat (Y) yaitu jumlah dana pihak ketiga.

## 2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang akan diteliti.<sup>16</sup> Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Biaya promosi (X); advertising (iklan), personal selling, public relation (publisitas), dan sales promotion (promosi penjualan).
- b. Jumlah dana pihak ketiga (Y); simpanan giro, tabungan dan deposito.

## F. DEFINISI OPERASIONAL

Setelah ditetapkan mana yang tergolong variabel independen dan mana yang termasuk variabel dependen, proses berikutnya adalah memberikan penjelasan (pendefinisian) terhadap masing-masing variabel yang digunakan. Langkah ini penting digunakan untuk memperkuat pemahaman dan kesamaan persepsi tentang apa yang diamati. Perbedaan persepsi antara peneliti, responden dan pembaca sangat mungkin terjadi mengingat masing-masing pihak memiliki latar belakang pengetahuan yang berbeda.

---

<sup>16</sup>Tim Penyusun, *Pedoman*, 38.

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana operasi atau kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data atau indikator yang menunjukkan indikator yang dimaksud. Soehardi Sigit mendefinisikan operasional adalah, bagaimana menemukan dan mengatur variabel-variabel (kasus) tersebut di dunia nyata atau dilapangan, dengan merumuskan secara pendek dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran.<sup>17</sup>

### **1. Biaya Promosi**

Biaya adalah uang yang dikeluarkan untuk mengadakan, mendirikan atau melakukan sesuatu. Sedangkan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

Jadi yang dimaksud dengan biaya promosi adalah uang yang dikeluarkan oleh perusahaan yang mengadakan promosi, promosi disini digunakan untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai barang dan jasa dari perusahaan tersebut.

### **2. Dana Pihak Ketiga**

Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Dana Pihak Ketiga (DPK) disini adalah dana yang bersumber dari masyarakat luas, sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran

---

<sup>17</sup>Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang: UMM Press, 2004) 23.

keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Sumber dana dari masyarakat luas ini dapat dilakukan dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito.<sup>18</sup>

Dari definisi istilah diatas dapat disimpulkan bahwa skripsi yang akan dibahas kali ini oleh peneliti adalah, penelitian yang akan membahas mengenai biaya promosi dalam menentukan jumlah dana pihak ketiga di lembaga keuangan bank yaitu di PT BRISyariah.

#### **G. ASUMSI PENELITIAN**

Asumsi penelitian bisa disebut dengan anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.<sup>19</sup>

Adapun asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berasumsi bahwa yang mempengaruhi jumlah dana pihak ketiga adalah biaya promosi.
2. Peneliti berasumsi bahwa dengan biaya promosi melalui elemen-elemen dari promosi itu sendiri dapat menyebabkan peningkatan dalam jumlah dana pihak ketiga yang ada di PT BRISyariah.
3. Peneliti berasumsi bahwa data yang diperoleh dari situs web resmi PT BRISyariah telah benar dan mendukung keakuratan hasil penelitian sehingga hasilnya cukup akurat dan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

---

<sup>18</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 59.

<sup>19</sup>Tim Penyusun, *Pedoman*, 39.

## H. HIPOTESIS

Menurut Emory mengartikan hipotesis sebagai suatu rumusan pernyataan yang bersifat sementara dan akan diuji secara empiris.<sup>20</sup> Sedangkan menurut Nurastuti, hipotesis terdiri dari dua kata yaitu dari kata “hypo” yang berarti sebelum dan “thesis” yang berarti dalil. Jadi hipotesis berarti dalil yang dianggap belum menjadi dalil yang sebenarnya. Hal ini diperkuat oleh pendapat Ali yang menyatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai rumusan jawaban sementara yang harus diuji melalui kegiatan penelitian.<sup>21</sup>

Dengan demikian hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diajukan, dan jawaban itu masih akan diuji secara empirik kebenarannya. Jawaban yang diungkapkan dalam hipotesis masih didasarkan atas teori-teori yang relevan dan belum dilakukan suatu pengujian terhadap data-data yang dikumpulkan. Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini:

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

## I. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal

<sup>20</sup>Widayat, *Metode Penelitian*, 62.

<sup>21</sup>Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2004), 24.

tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.<sup>22</sup>

## 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dengan jenis penelitian data *time serie*, yaitu data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu. Dalam penelitian kuantitatif, yang terpenting adalah dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dinalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya di diminasi oleh peran statistik.<sup>23</sup>

Sesuai dengan metode pendekatan yang digunakan oleh peneliti, maka peneliti banyak dituntut untuk menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.<sup>24</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh. Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk dokumentasi, kepustakaan dan internet. Data keuangan yang diambil dari internet dari web BRISyariah dengan alamat [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id). Data keuangan

<sup>22</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian*, 2-3.

<sup>23</sup>Masyhuri & M Zainuddin, *Metodologi Penelitian Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: Refika Aditama, 2011), 19.

<sup>24</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010) 12.

yang akan peneliti peroleh berupa laporan keuangan triwulan biaya promosi dan jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

### 3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Bagian yang terpenting dalam penelitian ini adalah yang berkenaan dengan data penelitian yang peneliti lakukan. Sebab inti dari sebuah penelitian adalah terkumpulnya data dan informasi, kemudian data tersebut diolah atau dianalisis dan akhirnya hasil analisis tersebut di terjemahkan ayau di interpretasikan sebagai sebuah kesimpulan penelitian.

Adapun instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### a. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini data – data yang ingin diketahui oleh peneliti melalui instrumen dokumentasi adalah sebagai berikut:

- 1) Laporan keuangan triwulan mengenai biaya promosi PT BRISyariah tahun 2009-2015.
- 2) Laporan keuangan triwulan mengenai jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah tahun 2009-2015.

---

<sup>25</sup>Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 147.



3) Sejarah, struktur organisasi, produk, visi dan misi PT BRISyariah.

#### 4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah; mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>26</sup>

Untuk mempermudah dalam menganalisis data maka peneliti menggunakan program *Statistical Package For Social Science* (SPSS). Adapun alat yang digunakan dalam analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui data pada variabel seperti mean (rata-rata), sum (jumlah), nilai minimum, nilai maximum dan standar deviasi.<sup>27</sup>

Adapun metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi linier sederhana, regresi linier sederhana merupakan uji regresi yang mana hanya memiliki satu variabel independen dan satu variabel dependen.

---

<sup>26</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147.

<sup>27</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediako, 2013), 76.

## b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*) model regresi yang digunakan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.<sup>28</sup> Namun pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga asumsi klasik yaitu: uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pada penelitian ini tidak menggunakan uji multikolinearitas karena uji multikolinearitas hanya dapat digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi, sedangkan pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel independen dalam model regresi.

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik menjadi tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot*, yaitu jika titik-titik plot menyebar

---

<sup>28</sup>Hengky Latan, *Analisis Multivariate : Teknik Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56.

berhimpit disekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka hal ini dapat disimpulkan bahwa residual data memiliki distribusi normal, atau data memenuhi asumsi klasik normalitas.<sup>29</sup>

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda adalah heteroskedastisitas. Model regresi yang diinginkan adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.<sup>30</sup>

## 3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual periode  $t$  dengan residual periode sebelumnya  $(t-1)$ . Model regresi yang baik adalah tidak adanya masalah autokorelasi.

---

<sup>29</sup>Latan, *Analisis Multivariate*, 56-57.

<sup>30</sup>Latan, *Analisis Multivariate*, 66.

Metode pengujian yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (uji DW), pengambilan keputusan terkait dengan:

- a)  $D_u < d_w < 4 - d_u$ , maka  $H_a$  diterima. Artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b)  $D_w < d_1$  atau  $d_w > 4 - d_1$ , maka  $H_a$  ditolak. Artinya terjadi autokorelasi.
- c)  $D_1 < d_w < d_u$  atau  $4 - d_u < d_w < 4 - d_1$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai  $d_u$  dan  $d_1$  dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson (DW).<sup>31</sup>

### c. Analisis Regresi Sederhana

Kegunaan regresi dalam penelitian ini, salah satunya adalah untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut independent variabel (X) dan variabel yang dipengaruhi disebut dependent variabel (Y). Analisis regresi linear sederhana merupakan teknik analisis regresi yang menganalisis model secara sederhana dengan hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen saja.<sup>32</sup>

Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah biaya promosi, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah

<sup>31</sup>Priyatno, *Mandiri Belajar*, 59.

<sup>32</sup>Latan, *Analisis Multivariate*, 81.

jumlah dana pihak ketiga di PT BRISyariah. Persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut;

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan;

Y : Jumlah Dana Pihak Ketiga

a : Konstanta

b : Koefisien Variabel Independen

X : Variabel Independen (biaya promosi)

e : Standart Error

untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS.

#### d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Bahwa  $R^2$  adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel terikat) dari suatu persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya, koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien detreminasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas.

Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square*.<sup>33</sup>

#### e. Uji Hipotesis

##### 1) Uji t

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual atau parsial pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Cara untuk menguji signifikansi uji t adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.<sup>34</sup> Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut;

a) Menentukan Hipotesis.

b) Membuat derajat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dari t hitung dan

t tabel. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Bila

$t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Rumus uji t: t

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

X = rata-rata nilai yang diperoleh dari hasil pengumpulan data.

$\mu_0$  = nilai yang dihipotesiskan

S = standard deviasi sampel yang dihitung

N = jumlah sampel penelitian

c) Membuat kesimpulan

<sup>33</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS* (Semarang: Universitas Ponorogo, 2011), 83.

<sup>34</sup>Latan, *Analisis*, 81

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, menyatakan bahwa variabel independen (biaya promosi) mempengaruhi variabel dependen (jumlah dana pihak ketiga).

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak, menyatakan bahwa variabel independen (biaya promosi) secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen (jumlah dana pihak ketiga).

## 2) Penetapan Tingkat Signifikan

hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 karena tingkat signifikansi itu umum digunakan pada penelitian ilmu-ilmu sosial dan dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antara variabel yang diteliti.<sup>35</sup>

## J. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi<sup>36</sup>

Sistematika pembahasan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi dari satu bab ke bab yang lain yang dijadikan sebagai

<sup>35</sup>Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), 460

<sup>36</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 42.

rujukan sehingga akan lebih mudah untuk menanggapi isinya. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan dari bab satu hingga bab terakhir.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan dasar atau pijakan dalam penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

## **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**

Pada bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan terkait dengan kajian terdahulu yang serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Dilanjutkan dengan teori yang memuat pandangan tentang pengaruh promosi (*advertising dan sales promotion*) terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah, fungsi ini adalah landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari penelitian.

## **BAB III PENYAJIAN DATA dan ANALISIS**

Dalam bab ini memuat beberapa sub, yaitu gambaran objek penelitian. Dalam penelitian ini berisi gambaran umum tentang PT. BRISyariah, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan.

## **BAB IV PENUTUP DAN KESIMPULAN**



Merupakan bab terakhir yang menerangkan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari hasil penelitian. Bab ini berfungsi untuk memperoleh suatu gambaran dari suatu hasil penelitian berupa kesimpulan penelitian akan dapat membantu memberikan saran-saran konstruktif yang terkait dengan penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. PENELITIAN TERDAHULU

Menyangkut hasil penelitian terdahulu, perlu dipertegas hal-hal yang membedakan antara hasil-hasil yang telah diungkapkan oleh peneliti sebelumnya dengan apa yang akan diteliti. Perbedaan itu tidak seharusnya menyangkut segala aspek, akan tetapi bisa meliputi hal-hal yang mungkin dianggap perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam.<sup>37</sup>

Masalah yang terkait dengan promosi sesungguhnya telah banyak dibahas dan diteliti, akan tetapi permasalahan yang diteliti tersebut berbeda sesuai dengan pendekatan-pendekatan yang digunakan. Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama, serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu dilakukan review terhadap kajian yang pernah ada. Berikut ini penulis paparkan beberapa penelitian yang membahas tema mengenai promosi, antara lain:

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Mochamad Syadam Siswantoro "Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Tingkat Suku Bunga	Dalam sumber datanya sama - sama menggunakan data sekunder.	Objek penelitiannya di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel bebas yang digunakan ada	Dana Pihak Ketiga memberikan pengaruh signifikan terhadap kredit yang diberikan terlihat pada

<sup>37</sup>Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM Press, 2004), 58-59.

	Terhadap Kredit Yang Diberikan (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”		dua, sedangkan dalam penelitian ini hanya satu variabel yaitu biaya promosi. Yang menjadi point utama yang dibahas dari penelitian terdahulu disini adalah dana pihak ketiga dan tingkat suku bunga sedangkan dalam penelitian ini dana pihak ketiga menjadi variabel terikat bukan menjadi variabel bebas. Populasi yang diambil sebanyak 32, sedangkan dalam penelitian ini hanya mengambil 28 sampel. Metode analisis yang di gunakan regresi linier berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.	nilai koefisien korelasi sebesar 81,72% dan tingkat suku bunga hanya memberikan tingkat pengaruh terhadap kredit yang diberikan sebesar 1,82%, sedangkan dalam penelitian ini menyatakan biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah dana pihak ketiga dapat dilihat dalam hasil uji koefisien determinasi sebesar 20,8%
2	Fadli Pasaleori, “Pengaruh Promosi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI) PT.	Variabel terikat sama membahas mengenai jumlah dana pihak ketiga.	Objek penelitian di PT. BNI Cabang XX Wilayah 07, sedangkan penelitian ini objeknya di PT BRIS yariah. Variabel bebasnya ada dua yaitu promosi dan suku	Promosi berpengaruh positif terhadap perolehan dana pihak ketiga deposito sebesar 75,9% dan tingkat suku bungan berpengaruh positif terhadap

	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang XX Wilayah 07.		bunga, sedangkan dalam penelitian ini hanya menjelaskan mengenai biaya promosi. Sumber datanya menggunakan data primer dan data sekunder, sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan data sekunder. Metode analisis menggunakan kualitatif dan kuantitatif regresi berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan metode dokumentasi.	perolehan dana pihak ketiga deposito sebesar 67,3%, sedangkan dalam penelitian ini menyatakan biaya promosi berpengaruh secara signifikan sebesar 20,8%.
3	Tiur Oktiani Sihotong, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah dana	Variabel bebas dan variabel terikatnya sama – sama membahas mengenai biaya promosi dan	Objek penelitian yang dilakukan di PT Bank Sumut, sedangkan dalam penelitian ini adalah di PT BRIS yariah.	Hasil dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari biaya promosi

Pihak Ketiga Pada PT Bank Sumut".	jumlah dana pihak ketiga. Juga sama menggunakan analisis regresi sederhana.		terhadap jumlah dana pihak ketiga yang ditunjukkan dari nilai $r = 0,022$ dan besarnya pengaruh biaya promosi di tunjukkan dari koefisien determinasi sebesar 0,05% dan sisanya 99,95%, sedangkan dalam penelitian ini hasil yang di peroleh sebesar 20,8% dengan sisa 79,2% yang di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
-----------------------------------	---	--	--

**Sumber: Data Diolah**

Dilihat dari kajian terdahulu di atas secara umum penelitian tersebut membahas tentang promosi dan dana yang bersumber dari masyarakat luas, apabila dilihat dari segi persamaan dengan penelitian ini bahwasannya penelitian diatas sama-sama membahas tentang elemen promosi terhadap penghimpun dana masyarakat atau dana pihak ketiga. Namun penelitian yang dilakukan oleh penulis disini lebih memfokuskan kepada biaya promosi dan jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah. Dengan judul skripsi Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian Biaya Promosi

#### a. Pengertian Biaya

Ada dua macam arti biaya yang di kenal saat ini. Dalam arti sempit biaya adalah hanya meliputi pengertian harga pokok (*cost*), sedangkan biaya dalam arti luas adalah meliputi pengertian harga pokok (*cost*) dan beban (*expense*).

Sedangkan menurut Abdullah Shahab mengemukakan definisi biaya adalah “Biaya adalah pengeluaran uang atau prestasi yang di terima untuk menjalankan perusahaan atau untuk proses produksi yang di pergunakan dalam rangka mendapatkan hasil tersebut.

Menurut R.G. Lipsey Cs berpendapat bahwa biaya bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi sesuatu merupakan merupakan harga faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan outputnya. Prof. Dr. R. Slot dalam buku “Pengantar Ilmu Perusahaan” juga mengemukakan batasan yang hampir sama, biaya merupakan nilai uang alat-alat produksi yang dikorbankan rumah tangga perusahaan pada proses produksinya.

Biaya promosi ini secara langsung dapat mempengaruhi terhadap volume penjualan yang di peroleh perusahaan. Semakin tinggi biaya promosi yang di dikeluarkan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang akan di peroleh oleh perusahaan.

## b. Pengertian Promosi

Manurut Philip Kotler, pemasaran merupakan proses sosial secara individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka ingin dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, serta bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Sehubungan itu, di perlukan proses dan mekanisme untuk membuat strategi yang tepat dengan memperhatikan aspek berikut;

*Segmentation*, proses memilih kelompok nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, dan daya beli untuk mempermudah pemasaran produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

*Targetting*, menentukan siapa yang akan menjadi target penjualan dan berapa banyak produk yang akan ditawarkan. Proses ini mempertimbangkan segmentasi nasabah dan kesesuaian produk.

*Positioning*, bagaimana memosisikan produk dimata calon pembeli agar ciri khas produk dan citra perusahaan dikenal dan diterima oleh pembeli sebagai bentuk deferensiasi pasar.

Penetapan segmentasi, target, dan posisi produk di pasar secara benar akan berpengaruh terhadap penjualan produk. Selain itu, perlu memperhatikan faktor penting lainnya ;

*Produk* (Produk), terdiri atas keragaman produk, kualitas, nama, desain, ciri, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan manfaat produk. Produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

*Place* (Tempat), mencakup saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi yang menjadi faktor strategis dalam menunjang keberhasilan penjualan.

*Price* (Harga), adalah nilai dari manfaat produk yang ditawarkan kepada pembeli dengan mempertimbangkan biaya, kualitas, diferensiasi, daya beli, dan harga pasar, termasuk daya tarik yang ditawarkan berupa diskon, cash back, hadiah.

*Promotion* (Promosi), yaitu proses memperkenalkan produk dengan cara tertentu, seperti penawaran khusus, periklanan, tenaga penjualan khusus, kehumasan, dan penjualan langsung agar produk dikenal dengan nasabah. Proses ini sangat penting dalam membangun product image yang memiliki daya jual tinggi. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan yang telah dijelaskan dalam surat Al-Muthaffiin ayat 1-3.

وَكَا لُوهُمَّ وَإِذَا ۞ يَسْتَوْفُونَ النَّاسِ عَلَىٰ أَكْتَالُو إِذَا الَّذِينَ ۞ لِلْمُطَفِّينَ وَيَل ۞  
مُخْسِرُونَ وَزَنُوهُمْ أ ۞

Artinya: “1. kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang 2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, 3. dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.<sup>38</sup>

Dalam memperkenalkan produk yang dimiliki, sebuah perusahaan akan melakukan promosi yang cukup untuk memperkenalkan produknya. Promosi merupakan salah satu variabel

<sup>38</sup> Al-Qur'an, 83:1-3.



dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dan juga semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.<sup>39</sup>

Wiliam J. Staton menyatakan, promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens.

Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens.<sup>40</sup>

Promosi adalah unsur dalam bauran perusahaan yang di daya gunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwasannya promosi adalah kegiatan yang di daya gunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada

---

<sup>39</sup>Basu Swastha Darmmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), 349.

<sup>40</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*(Bandung: Alfabeta, 2014), 179.

mereka dan kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk tersebut.

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk tersebut.<sup>41</sup>

Dalam Ayat At-Talaq ayat 3 yaitu:

أَمْرِهِ بَلِّغِ اللَّهُ إِنِّ حَسْبُهُ فَهُوَ اللَّهُ عَلَىٰ يَتَوَكَّلْ وَمَنْ تَحْتَسِبْ لَا حَيْثُ مِنْ وَيَرْزُقُهُ  
 قَدْرًا شَيْءٍ لِكُلِّ اللَّهُ جَعَلَ قَدْرًا

Artinya: “Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan) nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki) Nya. Sesungguhnya Allah telah Mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”.<sup>42</sup>

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberi rezeki dengan berbagai cara yang tanpa disangka-sangka oleh manusia. Sehingga, kita harus selalu berusaha.

### 1) Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi menurut Schoel ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, meyakinkan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatnya. Promosi dapat membawa

<sup>41</sup>Indriyo Gitosudarno, *Manajemen Pemasaran*(Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 1998), 237.

<sup>42</sup> Al-Qur'an, 65:7.

keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah, konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik. Keuntungan bagi produsen ialah, promosi dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga, konsumen membeli barang karena tertarik akan mereknya. Promosi menimbulkan goodwill (kemauan baik) terhadap merek. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi. Keuntungan selanjutnya ialah perusahaan dengan goodwill yang besar akan dapat memperoleh modal dengan mudah.<sup>43</sup>

## 2) Bauran Promotion Mix

Promosi menginformasikan konsumen mengenai suatu produk dan mempersuasi pembeli potensial, saluran organisasi dan masyarakat pada umumnya untuk membeli merk tertentu. Promosi memiliki 4 elemen yaitu; *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, dan *Personal Selling*. Berikut peneliti akan memaparkan lebih jelas dari ke empat elemen yang ada.<sup>44</sup>

### a) *Advertising*

John D. Burke dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa menyatakan bahwa tahun 1890 *advertising* telah dirumuskan sebagai “Berita tentang Barang dan Jasa”. Burke mendefinisikan, *advertising* menyampaikan pesan-pesan

<sup>43</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 181

<sup>44</sup>Alma, *Manajemen Pemasaran*, 181-190.

penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara yang persuasif yang bertujuan menjual barang, jasa atau ide.

Media dari *advertising*; papan reklame, televisi, radio, majalah, dan sebagainya. Pemilihan media *advertising* atau periklanan yang akan digunakan, akan tergantung kepada: daerah yang akan dituju, konsumen yang diharapkan, appeal (daya tarik) yang digunakan oleh media-media tersebut, dan fasilitas yang diberikan oleh media-media tersebut dalam hal biaya.

b) *Sales Promotion*

Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa menyatakan “promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Sedangkan menurut William F. Schoell, *sales promotion* adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual atau perantara. Kegiatan *advertising* biasanya disertai oleh kegiatan alat promosi lain, yaitu *sales promotion*.

Tugas *advertising* ialah memberi ajakan kepada calon konsumen untuk mengenal dan membeli produk, sedangkan *sales promotion* mengajak mereka agar membeli sekarang. Berbagai cara *sales promotion* yang ditawarkan

yaitu; demonstrasi (memperlihatkan kepada khalayak ramai, percobaan demonstrasi pembuatan suatu produk), bonus (premi, pemberian tambahan sebagai hadiah), hadiah (pemberian, ganjaran sebagai penghargaan), dan lain-lain. Tujuan digunakannya sales promotion ialah:

- a) Menarik para pembeli baru.
- b) Memberi hadiah atau memberi penghargaan kepada konsumen.
- c) Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama.
- d) Menghindarkan konsumen lari ke perusahaan lain.
- e) Meningkatkan loyalitas.
- f) Meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas “market share” jangka panjang.

c) *Personal Selling*

*Personal selling* adalah penyajian secara lisan dalam percakapan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan penjualan. Bentuk *personal selling*; kunjungan wakil perusahaan ke tempat pembeli (salesman/salesgirl), pelayanan penjualan, dan untuk seorang direktur perusahaan lain untuk makan bersama (business dinner).

Prinsip-prinsip dasar *personal selling* yaitu; 1) persiapan yang matang. 2) mendapatkan atau menentukan tempat pembeli, dalam mendapatkan pembeli seorang penjual harus

berpedoman kepada kebijaksanaan perusahaan mengenai channel of distribution yang dipergunakan. 3) merealisasikan penjualan. 4) menimbulkan goodwill setelah penjualan terjadi, jika penjualan terjadi dengan baik, maka pembeli akan memperoleh barang sesuai dengan yang diinginkan, dan penjual memperoleh laba. Hal ini kan mempunyai pengaruh baik terhadap pembeli tersebut, yaitu akan membeli lagi kepada penjual yang sama dikemudian hari.

d) *Public Relation*

Menurut William Schoel *Public relation* adalah kegiatan komunikasi yang dimaksud untuk membangun image yang baik terhadap perusahaan, menjaga kepercayaan dari para pemegang saham. Sedangkan artinya publikasi adalah pemuatan berita di media masa tentang perusahaan, produk, pegawai, dan berbagai kegiatannya.

**c. Biaya Promosi**

Dari penjelasan di atas mengenai pengertian biaya dan pengertian promosi maka ditarik suatu kesimpulan mengenai definisi biaya promosi. Biaya promosi adalah nilai yang di korbakan atau di keluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut.

**2. Penjelasan Dana Pihak Ketiga (DPK)**

Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat. Baik bersekala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengan kata lain bank menjadi tidak berfungsi sama sekali. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai.<sup>45</sup>

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana). Adapun sumber-sumber dana bank diantaranya sebagai berikut; dana yang bersumber dari bank itu sendiri, dana yang bersumber dari masyarakat luas, dan dana yang bersumber dari lembaga lainnya.<sup>46</sup>

Pembahasan dalam penelitian ini lebih menekankan kepada sumber dana dari masyarakat luas, sumber dana dari masyarakat luas dapat disebut juga dengan dana pihak ketiga (DPK). Sumber dana pihak ketiga ini disamping mudah untuk mencarinya juga tersedia banyak di masyarakat, kemudian persyaratan untuk mencarinya juga tidak sulit, asalkan pihak

---

<sup>45</sup>Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 114.

<sup>46</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 58.

bank tersebut dapat menarik minat para penyimpan dengan segala strategi yang dimilikinya sumber dana dari masyarakat ini tidak terlalu sulit.

Sumber dana dari masyarakat luas ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya dan pencarian dananya paling dominan.

Penghimpun dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang ditetapkan dalam penghimpun dana masyarakat (DPK) adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.<sup>47</sup>

- a. Prinsip *Wadi'ah*,** prinsip yang ditetapkan adalah *wadia'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, implikasi hukumnya sama dengan *qard*, dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami. Ketentuan umum dari produk ini adalah;

---

<sup>47</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 107-108.



1) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat tapi tidak boleh diperjanjikan dimuka.

2) Bank harus membuat akad pembukuan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro dan *debit card*.

3) Terhadap pembukaan rekening ini bank bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.

4) Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

**b. Prinsip Mudharabah**, dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpanan atau deposit bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah*. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan

berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Rukun *mudharabah* terpenuhi sempurna (ada *mudharib*, ada pemilik dana, ada usaha yang akan dibagihasilkan, ada nisbah, dan ada ijab kabul). Prinsip *mudharabah* ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi dua yaitu; *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*

- c. **Akad Pelengkap**, seperti yang juga terjadi pada penyaluran dana maka dalam pelaksanaan penghimpun dana biasanya dipelukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini juga tidak ditunjukkan untuk mencari keuntungan, namun ditunjukkan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditunjukkan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini bank diperbolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya penggantian biaya ini sekadar untuk menutupi biaya yang yang benar-benar timbul. Salah satu akad pelengkap yang dapat dipakai untuk menghimpun dana adalah akad *wakalah*.

*Wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada pihak bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti inkaso dan transfer uang.

Dana pihak ketiga (DPK) biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang berasal dari masyarakat dalam arti luas, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha. Bank menawarkan produk simpanan kepada masyarakat dalam menghimpun dananya. Sumber dana yang berasal dari pihak ketiga ini antara lain; simpanan giro (*demand deposit*), tabungan (*saving*), dan deposito (*time deposit*).<sup>48</sup>

### 3. Giro Syariah

Secara umum yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Adapun yang dimaksud dengan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.<sup>49</sup>

#### a. Giro Wadiah

Yang dimaksud dengan giro wadiah adalah giro yang dijelaskan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Dalam konsep *wadiah yad al-dhamanah*, pihak yang menerima titipan boleh menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Hal ini berarti bahwa *wadiah yad dhamanah* mempunyai implikasi hukum yang sama

<sup>48</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), 43.

<sup>49</sup> Adiwirman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 351-356.

dengan *qard*, yakni nasabah bertindak sebagai pihak yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai pihak yang dipinjami. Dengan demikian, pemilik dana dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk memberikan imbalan atas penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang titipan tersebut.

Dalam kaitannya dengan produk giro, Bank Syariah menerapkan prinsip *wadiah yad dhamanah*, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut. Namun demikian, bank syariah diperkenankan memberikan insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.

Dari pemaparan di atas, dapat dinyatakan beberapa ketentuan umum giro *wadiah* sebagai berikut; dana *wadiah* dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dengan syarat bank harus menjamin pembayaran kembali nominal dana *wadiah* tersebut, keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat tapi tidak boleh diperjanjikan dimuka, pemilik dana

*wadiah* dapat menarik kembali dananya sewaktu-waktu (*on call*) baik sebagian ataupun seluruhnya.

Seperti yang telah dikemukakan di atas, bank dapat memberikan bonus atas penitipan dana *wadiah*. Pemberian bonus dimaksud merupakan kewenangan bank dan tidak boleh diperjanjikan dimuka.

Di dalam Al Qur'an surat An-Nisaa' ayat 29

وَلَا يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَوْلَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يَأْتِيهَا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."<sup>50</sup>

Pada prinsipnya, teknik perhitungan bonus *wadiah* dihitung dari saldo terendah dalam satu bulan. Namun demikian, bonus *wadiah* dapat diberikan kepada *giran* sebagai berikut;

- 1) Saldo terendah dalam satu bulan takwim di atas Rp 1.000.000,- (bagi rekening yang bonus *wadiah*nya dihitung dari saldo terendah).
- 2) Saldo rata-rata harian dalam satu bulan takwim di atas Rp 1.000,000,- (bagi rekening yang bonus *gironya* dihitung dari saldo rata-rata harian).
- 3) Saldo hariannya di atas Rp 1.000.000,- (bagi rekening yang bonus *wadiah*nya dihitung dari saldo harian).

<sup>50</sup> Al-Qur'an, 4:29.

Besarnya saldo giro yang mendapat bonus *wadiah* dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu; Rp 1 juta s.d. Rp 50 juta, diatas Rp 50 juta s.d. 100 juta, dan diatas Rp 100 juta.

Rumus yang digunakan dalam perhitungan bonus giro *wadiah* adalah sebagai berikut;

- 1) Bonus *wadiah* atas dasar saldo terendah, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo terendah bulan yang bersangkutan.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo terendah bulan ybs**

- 2) Bonus *wadiah* atas dasar saldo rata-rata harian, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo rata-rata harian bulan yang bersangkutan.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo rata-rata harian bulan ybs**

- 3) Bonus *wadiah* atas dasar saldo harian, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo harian yang bersangkutan dikali hari efektif.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo harian ybs x hari efektif**

Dalam memperhitungkan pemberian bonus *wadiah* tersebut, hal-hal yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut;

- 1) Tarif bonus *wadiah* merupakan besarnya tarif yang diberikan bank sesuai ketentuan.
- 2) Saldo terendah adalah saldo terendah dalam satu bulan.
- 3) Saldo rata-rata harian adalah total saldo dalam satu bulan dibagi hari bagi hasil sebenarnya menurut bulan kalender.

- 4) Saldo harian adalah saldo pada akhir hari.
- 5) Hari efektif adalah hari kalender tidak termasuk hari tanggal pembukaan atau tanggal penutupan, tapi termasuk hari tanggal tutup buku.
- 6) Dana giro yang mengendap kurang dari satu bulan karena rekening baru dibuka awal bulan atau ditutup tidak pada akhir bulan tidak mendapatkan bonus *wadiah*, kecuali apabila perhitungan bonus *wadiahnya* atas dasar saldo harian.

b. Giro Mudharabah

Dimaksud dengan giro *mudharabah* adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, yang perbedaan utama diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya, baik dari sisi tempat, waktu, maupun objek investasinya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.

Denga demikian, bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustee*), yakni

harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Di samping itu, bank syariah juga bertindak sebagai kuasa dari usaha bisnis pemilik dana yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin tanpa melanggar berbagai aturan syariah.

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagi hasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Dalam mengelola harta *mudharabah*, bank menutup biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Disamping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah giran tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPh bagi hasil giro *mudharabah* dibebankan langsung ke rekening giro *mudharabah* pada saat perhitungan bagi hasil.

Perhitungan bagi hasil giro *mudharabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung ditiap akhir bulan dan dibuku



awal bulan berikutnya. Rumus perhitungan bagi hasil *mudharabah* adalah sebagai berikut;

$$\frac{\text{hari bagi hasil} \times \text{saldo rata - rata} \times \text{tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Dalam memperhitungkan bagi hasil giro *mudharabah* tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut; Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah (pembulatan ke atas untuk nasabah dan pembulatan ke bawah untuk bank). Dan hasil perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

Dalam hal pembayaran bagi hasil, bank syariah menggunakan metode *end of month*, yaitu;

- 1) Pembayaran bagi hasil giro *mudharabah* dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan.
- 2) Bagi hasil bulan pertama dihitung secara personal hari efektif, termasuk tanggal tutup buku, tapi tidak termasuk tanggal pembukaan giro.
- 3) Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
- 4) Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28,29,30,31 hari).

- 5) Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diaplikasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan nasabah.

Dari pembahasan di atas, dapat disarikan beberapa ketentuan umum giro berdasarkan *mudharabah* adalah sebagai berikut;

- 1) Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

#### c. Instrumen Pembayaran

Bentuk layanan perbankan syariah lainnya adalah menyediakan instrumen pembayaran yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan bisnis. Berikut beberapa instrumen tersebut;<sup>51</sup>

#### 1) Cek (*Cheque*)

Cek adalah surat berharga atau alat transaksi pembayaran yang ditebitkan oleh bank sebagai pengganti uang tunai. Cek merupakan surat perintah tidak bersyarat dari nasabah kepada bank penyimpan dana untuk membayar sejumlah tertentu pada saat diunjukkan.

Berbagai ketentuan umum terkait instrumen pembayaran berupa cek sebagai berikut; memuat tulisan “cek”, perintah tidak bersyarat untuk membayar sejumlah uang tertentu, nama pihak yang harus membayar (tertarik), penunjukan tempat pembayaran, pernyataan tanggal beserta tempat cek ditarik, tanda tangan orang yang mengeluarkan cek (penarik), jika tempat pembayaran tidak dicantumkan maka tempatnya ditulis di samping nama penarik dan dianggap sebagai tempat pembayaran, jika tertera beberapa tempat di sebelah nama penarik maka cek harus dibayarkan di tempat yang pertama dituliskan, dan seandainya tidak mencantumkan tempat pembayaran maka cek harus dibayarkan di tempat kedudukan kantor pusat tertarik.

---

<sup>51</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014) 88-93.

Cek yang dikeluarkan oleh bank untuk nasabah rekening giro terdiri atas;

- a) Cek Atas Nama, cek yang mencantumkan nama penerima dana dan bank akan melakukan pembayaran kepada nama yang tertera pada cek tersebut. Pembayaran dilakukan paling cepat sesuai tanggal yang tertera pada cek.
- b) Cek Atas Unjuk, cek yang mencantumkan nama penerima dana dan bank akan melakukan pembayaran kepada siapa saja yang membawa cek tersebut. Pembayaran dilakukan paling cepat sesuai tanggal yang tertera pada cek.
- c) Cek Silang, cek yang diberi tanda garis menyilang pada ujung kiri atas cek atau dapat juga diberikan tanda garis menyilang sepanjang cek dari ujung kiri bawah ke ujung kanan atas. Tujuan penyilangan untuk pengamanan cek dengan konsekuensi akan membatasi orang atau bank guna mendapatkan pembayaran dari cek dimaksud. Secara hukum tidak ada larangan jika cek silang dibayarkan tunai. Cek silang mencakupi cek silang umum dan cek silang khusus.

## 2) Bilyet Giro

Merupakan surat perintah nasabah kepada bank penyimpan dana untuk memindahbukukan sejumlah dana dari rekening yang bersangkutan kepada rekening pemegang yang disebutkan namanya. Berikut adalah beberapa ketentuan terkait *bilyet giro*;

- a) Memuat tulisan “bilyet giro” dan nomor bilyet giro yang bersangkutan.
- b) Nama tertarik.
- c) Perintah yang jelas dan tanpa syarat untuk memindahbukukan dana atas beban rekening penarik.
- d) Nama dan nomor rekening pemegang.
- e) Nama bank penerima.
- f) Jumlah dana yang dipindahkan ditulis secara lengkap menggunakan angka atau huruf.
- g) Tempat dan tanggal penarikan.
- h) Tanda tangan, nama jelas, dan dilengkapi cap atau setempel disertai formulir pembukaan rekening.
- i) Tenggang waktu penawaran bilyet giro adalah 70 hari terhitung sejak tanggal penarikan.
- j) Tanggal efektif merupakan tanggal mulai berlakunya perintah pemindahbukuan yang harus berada dalam tenggang waktu penawaran.
- k) Bilyet giro yang ditawarkan kepada bank sebelum tanggal efektif atau sebelum tanggal penarikan harus ditolak oleh bank tanpa memperhatikan ada atau tidaknya dana dalam rekening penarik.
- l) Bilyet giro yang diterima oleh bank setelah tanggal berakhirnya tenggang waktu penawaran dapat dilaksanakan

perintahnya asalkan dananya tersedia dan tidak dibatalkan oleh penarik.

m) Kadaluaarsa bilyet giro dihitung setelah lewat waktu 6 bulan dihitung mulai tanggal berakhirnya tanggal waktu penawaran

n) Jika tanggal efektif tidak ada, maka tanggal penarikan dijadikan sebagai tanggal efektif.

o) Jika ada coretan atau perubahan pada bilyet giro, harus ditandatangani oleh sipenerbit.

### 3) Instrumen Pembayaran Lainnya

Selain cek dan bilyet giro, terdapat instrumen pembayaran lainnya diantaranya;

a) Nota Debit, warkat yang digunakan untuk mendebit dana suatu bank melalui lalu lintas giral didalam satu wilayah kliring bank Indonesia. Nota debit dicetak berbentuk *security paper* dan memiliki nomor seri warkat dan ada batasan nominal yang berlaku sesuai peraturan Bank Indonesia.

b) *Draft* atau Wesel, adalah surat berharga yang diterbitkan oleh bank dan berisi perintah tidak bersyarat dari bank penerbit kepada bank lain untuk untuk membayar sejumlah dana kepada pihak yang namanya tercantum pada wasel atau *draf*. Fungsi *draf* atau wesel adalah sebagai pengganti *bank notes* *draf* diterbitkan tidak dalam pecahan tertentu. Dasar hukum

diatur dalam KUHD 100-132 dan hanya dapat diuangkan pada bank yang ditunjuk.

- c) Endorsement, merupakan penyerahan suatu surat berharga atas unjuk oleh seseorang kepada pihak lain disertai pernyataan pengalihan haknya terhadap surat tersebut. *Endorsement* pada surat berharga harus tidak bersyarat. Setiap syarat yang terdapat pada *endorsement* oleh undang-undang dianggap sebagai tidak tertulis. Setiap *endosan* menurut undang-undang harus menanggung pembayaran surat berharga tersebut, kecuali telah diperjanjikan.

#### 4. Tabungan Syariah

Disamping giro, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk pemnghimpun dana (*funding*) adalah tabungan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang “dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyat giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan

bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.<sup>52</sup>

Dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 1 telah dijelaskan sebagai berikut;

..... بِالْعُقُودِ أَوْ فِئَاءِ مَنْ آمَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.<sup>53</sup>

#### a. Tabungan Wadiah

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saatsesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, bank syariah menggunakan akad *wadiah yad adh-dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.

<sup>52</sup> Karim, *Bank Islam*, 357-361.

<sup>53</sup> Al-Qur'an, 5:1.



Mengingat *wadiah yad dhamanah* ini mempunyai implikasi hukum yang sama dengan *qard*, maka nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan harta tersebut. Namun demikian, bank diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan dimuka, dengan kata lain pemberian bonus merupakan kebijakan bank syariah semata yang bersifat sukarela.

Dari pembahasan diatas, dapat disarikan beberapa ketentuan umum tabungan *wadiah* sebagai brikut;

- 1) Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (*on call*) sesuai dengan kehendak pemilik harta.
- 2) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tanggungan bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
- 3) Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

Dalam hal bank berkeinginan untuk memberikan bonus *wadiah*, beberapa metode dan rumus yang digunakan dalam memperhitungkan bonus tabungan *wadiah* adalah sebagai berikut;

- 1) Bonus *wadiah* atas saldo terendah, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo terendah bulan yang bersangkutan.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo terendah bulan ybs**

- 2) Bonus *wadiah* atas dasar saldo rata-rata harian, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo rata-rata harian bulan yang bersangkutan.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo rata-rata harian bulan ybs**

- 3) Bonus *wadiah* atas dasar saldo harian, yakni tarif bonus *wadiah* dikalikan dengan saldo harian yang bersangkutan dikali hari efektif.

**Tarif bonus *wadiah* x saldo harian ybs x hari efektif**

Dalam memperhitungkan pemberian bonus *wadiah* tersebut hal-hal yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut;

- 1) Tarif bonus *wadiah* merupakan besarnya tarif yang diberikan bank sesuai ketentuan.
- 2) Saldo terendah adalah saldo terendah dalam satu bulan.
- 3) Saldo rata-rata harian adalah total saldo dalam satu bulan dibagi hari bagi hasil sebenarnya menurut bulan kalender.
- 4) Saldo harian adalah saldo pada akhir hari.
- 5) Hari efektif adalah hari kalender tidak termasuk hari tanggal pembukaan atau tanggal penutupan, tetapi termasuk hari tanggal tutup buku.
- 6) Dana tabungan yang mengendap kurang dari satu bulan karena rekening baru dibuka awal bulan atau ditutup tidak pada akhir

bulan tidak mendapatkan bonus *wadiah*, kecuali apabila perhitungan bonus *wadiah*nya atas dasar saldo harian.

b. Tabungan Mudharabah

Yang dimaksud dengan tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, perbedaan utama diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Namun, disisi lain bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustte*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan hasil kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun,

apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Dalam mengelola harta *mudharabah*, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Disamping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan *mudharabah* dibebankan langsung ke rekening tabungan *mudharabah* pada saat perhitungan bagi hasil.

Perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung ditiap akhir bulan dan dibuku awal bulan berikutnya. Rumus perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* adalah sebagai berikut.

$$\frac{\text{hari bagi hasil} \times \text{saldo rata – rata harian} \times \text{tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Dalam memperhitungkan bagi hasil tabungan *mudharabah* tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut;

- 1) Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah. Pembulatan ke atas untuk nasabah dan pembulatan ke bawah untuk bank.
- 2) Hasil perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

Dalam hal pembayaran bagi hasil, bank syariah menggunakan metode *end of month*, yaitu;

- 1) Pembayaran bagi hasil tabungan *mudharabah* dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan.
- 2) Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buka, tapi tidak termasuk tanggal pembukaan tabungan.
- 3) Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
- 4) Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28,29,30 dan 31 hari).
- 5) Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diaplikasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan nasabah.

Dari pembahasan di atas, dapat disarikan beberapa ketentuan umum tabungan *mudharabah* sebagai berikut;

- 1) Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana) dan bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana).
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.

- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

c. Sarana Penarikan

1) Buku Tabungan

Buku tabungan ini merupakan salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di bank tertentu.

Setiap nasabah tabungan akan diberikan buku tabungan, yaitu merupakan buku yang menggambarkan mutasi setoran, penarikan, dan saldo atas setiap transaksi yang terjadi.<sup>54</sup>

2) Slip Penarikan

Slip penarikan, merupakan formulir yang disediakan oleh bank untuk kepentingan nasabah yang ingin melakukan penarikan tabungan melalui kantor bank yang menerbitkan tabungan tersebut. Didalam slip penarikan nasabah perlu mengisi nama pemilik rekening, nomor rekening, serta jumlah penarikan baik

---

<sup>54</sup>Ismail, *Manajmen Perbankan*, 68-69.

angka maupun huruf, kemudian menandatangani slip penarikan tersebut.

Setelah menyerahkan slip penarikan dan buku tabungan, maka bank akan membayarnya sebesar sebagaimana jumlah yang tertera dalam slip penarikan yang telah ditanda tangani oleh nasabah dan diserahkan kepada *teller*.

### 3) ATM (*Automatic Teller Machine*)

Sarana lain yang dapat digunakan untuk penarikan tabungan adalah ATM. ATM ini dalam perkembangan dunia modern ini merupakan sarana yang perlu diberikan oleh setiap bank untuk dapat bersaing dalam menawarkan produk tabungan. Hampir semua bank memberikan fasilitas ATM dalam menawarkan produk tabungan kepada masyarakat. Keuntungan lain dengan adanya ATM ini adalah bank memperoleh *fee* bulanan atas ATM yang dinikmati oleh nasabah tersebut. *Fee* ATM bulanan ini beragam, tergantung pada bank masing-masing. *Fee* tersebut merupakan *fee based income*.

### 4) Sarana Lainnya

Sarana lainnya yang diberikan oleh bank ialah adanya formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana pemindahbukuan yang disediakan untuk nasabah dalam melakukan transfer baik ke bank sendiri, maupun bank lain. Beberapa bank dapat melayani nasabah yang ingin menarik dan/

atau memindahbukukan dananya dari rekening tabungan tanpa harus membawa buku tabungan. Fasilitas ini diberikan oleh bank kepada nasabah yang sudah dikenal memiliki loyalitas yang tinggi kepada bank.

## 5. Deposito Syariah

Selain giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpun dana (*funding*) adalah deposito. Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, “deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan.”<sup>55</sup>

Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*.

Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

---

<sup>55</sup> Karim, *Bank Islam*, 363-369.



serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak ketiga.

Dengan demikian, bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustee*), yakni harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Disamping itu, bank syariah juga bertindak sebagai kuasa dari usaha bisnis pemilik dana yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin tanpa melanggar berbagai aturan syariah. Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 283.

يُؤَدِّبُكُمْ بِبَعْضِ بَعْضِكُمْ أَمْ مِنْ فَاِنَ مَّقْبُوضَةٌ فَارْهَنَ كَاتِبَاتٍ جِدُّ وَأَوْلَمَ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ  
فَإِنَّهُ رِيكْتُمْهَا وَمَنْ الشَّهَدَةَ تَكْتُمُوا وَلَا رَبِّهِ وَاللَّهُ وَلِيَّتْكُمْ أَمْنَتُهُ وَأَوْتَمِنَ الَّذِي فَلَا  
عَلِيمٌ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ قَلْبُهُ رِءَاثِمٌ

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.<sup>56</sup>

Dari hasil pengelola dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang

<sup>56</sup> Al-Qur'an, 2:283.

bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun apabila, yang terjadi adalah *mis-management* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak pemilik dana, terdapat dua bentuk *mudharabah*, yaitu *mudharabah mutlaqah* (*Unrestricted Investment Account, URIA*) dan *mudharabah muqayyadah* (*Restricted Investment Account, RIA*).

a. *Mudharabah Mutlaqah (Unrestricted Investment Account, URIA)*

Dalam deposito *Mudharabah Mutlaqah* (URIA), pemilik dana tidak memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara maupun objek investasinya. Dengan kata lain, bank syariah mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana URIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

Dalam menghitung bagi hasil deposito *Mudharabah Mutlaqah* (URIA), basis perhitungan adalah hari sebagai hasil sebenarnya, termasuk tanggal tutup buku, namun tidak termasuk tanggal pembukaan deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA) dan tanggal jatuh tempo. Sedangkan jumlah hari dalam sebulan yang menjadi angka penyebut atau angka pembagi adalah hari kalender bulan yang bersangkutan (28, 29, 30 dan 31 hari).

Rumus perhitungan bagi hasil deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA) adalah sebagai berikut

$$\frac{\text{hari bagi hasil} \times \text{nominal deposito} \times \text{tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Dalam memperhitungkan bagi hasil deposito *mudharabah mutlaqah* tersebut, berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan;

- 1) Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah. Pembulatan ke atas untuk nasabah dan pembulatan ke bawah untuk bank.
- 2) Hasil perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

Pembayaran bagi hasil deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA) dapat dilakukan melalui dua metode yaitu;

- 1) *Anniversary Date*, yaitu pembayaran bagi hasil deposito dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal yang sama dengan tanggal pembukaan deposito. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diaplikasikan ke rekening lainnya sesuai dengan permintaan deposan.
- 2) *End of Month*, yaitu pembayaran bagi hasil deposito dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, tapi tidak termasuk tanggal

pembukaan deposito. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif tidak termasuk tanggal jatuh tempo deposito. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28, 29, 30, dan 31 hari). Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diaplikasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan deposan.

Dalam hal pencairan deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA) dengan pembayaran bagi hasil bulanan yang dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo, bank syariah dapat mengenakan denda (*penalty*) kepada nasabah yang bersangkutan sebesar 3% dari nominal bilyet deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA). Klausul denda harus ditulis dalam akad dan dijelaskan kepada nasabah pada saat pembukaan deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA) semua jangka waktu (1, 3, 6, dan 12 bulan) untuk disepakati bersama oleh nasabah dan bank. Dalam hal ini, bagi hasil yang menjadi hak nasabah dan belum dibayarkan, harus dibayarkan.

b. *Mudharabah Muqayyadah (Restricted Investment Account, RIA)*

Berbeda halnya dengan deposito *mudharabah mutlaqah* (URIA), dalam deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA), pemilik dana memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara, maupun objek investasinya. Dengan kata lain, bank

syariah tidak mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana RIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

Dalam menggunakan dana deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) ini, terdapat dua metode serta pembayaran bagi hasil sesuai dengan metode penggunaan dana RIA beserta cara perhitungan bagi hasilnya yaitu;

1) *Cluster Pool of Fund*

Penggunaan dana untuk beberapa proyek dalam suatu jenis industri bisnis. Pembayaran bagi hasil deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dilakukan secara bulanan, triwulanan, semesteran atau perodisasi lain yang disepakati. Dalam memperhitungkan bagi hasil *Cluster Pool of Fund*, bank dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{hari bagi hasil} \times \text{nominal deposito } \mu\text{qayyadah} \times \text{tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Dalam hal ini, pembayaran bagi hasil deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dapat dilakukan melalui metode sebagai berikut;

- a) *Anniversary Date*, yaitu pembayaran deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal yang sama dengan tanggal pembukaan deposito. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil

tutup buku bulan terakhir. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan deposan.

- b) *End of Month*, yaitu pembayaran bagi hasil deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, namun tidak termasuk tanggal pembukaan deposito. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif tidak termasuk tanggal jatuh tempo deposito. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28, 29, 30, dan 31 hari). Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan deposan.

## 2) *Specific Product*

Yaitu penggunaan dana untuk suatu proyek tertentu. Pembayaran bagi hasil disesuaikan dengan arus kas proyek yang dibiayai.

Dalam menghitung bagi hasil deposito, basis perhitungan hari bagi hasil deposito adalah hari tanggal pembukaan deposito sampai sampai dengan tanggal pembayaran bagi hasil terdekat,

dan menjadi angka pembilang atau *number of days*. Sedangkan jumlah hari tanggal pembayaran bagi hasil terakhir sampai tanggal pembayaran berikutnya menjadi angka penyebut/ angka pembagi.

Dalam hal nominal proyek yang dibiayai oleh lebih dari satu nasabah atau oleh bank dan nasabah, maka bagi hasil dihitung secara proporsional. Rumus perhitungan bagi hasil yang dapat digunakan adalah sebagai berikut.

$$\frac{\text{hari bagi hasil}}{\text{hari bagi hasil terakhir}} \times \frac{\text{nominal deposito}}{\text{nominal proyek}} \times \text{return proyek yang dibiayai}$$

Dalam hal pencairan deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA), terdapat ketentuan sebagai berikut;

- a) Khusus untuk *cluster pool of fund*, apabila dikehendaki oleh deposan, deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dapat dicairkan atau ditarik kembali sebelum jatuh tempo yang disepakati dalam akad. Akibat tidak terpenuhinya jangka waktu akad, bank mengenakan denda (*pinalty*) sesuai klausula denda yang disepakati dalam akad.
- b) Khusus untuk *specific project*, deposito tidak dapat dicairkan atau ditarik kembali sebelum jatuh temponya tanpa konfirmasi dan persetujuan tertulis dari bank. Bank dapat menolak permohonan pencairan sebelum jatuh tempo bila memberatkan bank. Dalam hal ini bank menyetujui pencairan

sebelum jatuh tempo, bank dapat mengenakan denda (*penalty*) sesuai kesepakatan.

Deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) dengan pembayaran bagi hasil secara bulanan dapat dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo dengan dikenakan denda (*pinalty*) sebesar 3% dari nominal biyet deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA). Klausul denda harus ditulis dalam akad dan dijelaskan kepada nasabah pada saat pada saat pembukaan deposito *mudharabah muqayyadah* (RIA) semua jangka waktu (1, 3, 6, dan 12 bulan) untuk disepakati bersama oleh nasabah dan bank. Dalam hal ini, bagi hasil yang menjadi hak nasabah dan belum dibayarkan, harus dibayarkan.





## BAB III

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

##### 1. Sejarah PT BRISyariah

Berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRISyariah secara resmi beroperasi sekaligus mengubah kegiatan usahanya dari sebuah bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam.

Posisi PT. BRISyariah semakin kokoh ketika pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan (*spin off*) Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan kemudian melebur ke dalam PT BRISyariah berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan akta dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PTBank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. BRISyariah. Saham PT BRISyariah dimiliki oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan Yayasan Kesejahteraan Pekerja PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Mencanangkan visi untuk menjadi bank ritel modern, PT BRISyariah melakukan berbagai strategi pengembangan dan penjualan

produk-produk inovatif sesuai kebutuhan nasabah. Kantor cabang yang representatif dibuka di berbagai kota besar dan strategis di seluruh Indonesia demi memberikan layanan yang mudah dijangkau nasabah. Logo PT BRISyariah dengan pendar cahaya benar-benar menjadi acuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya sehingga PT BRISyariah menjadi bank yang dituju karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah.

Sejak tahun 2010 PT BRISyariah berhasil mendudukkan diri sebagai bank syariah ketiga terbesar dari sisi aset di Indonesia. Karim Consulting Indonesia memberikan penghargaan Islamic Finance Award kepada PT BRISyariah sebagai The 3<sup>rd</sup> Rank Full Fledged Sharia Bank in Indonesia pada tahun 2010. Dari institut yang sama, pada tahun 2011 PT BRISyariah memperoleh penghargaan sebagai The 2<sup>nd</sup> Rank The Most Expansive Islamic Bank. Dalam tahun 2012, Museum Rekor Dunia, Indonesia memberikan 2 penghargaan yaitu sebagai Bank Syariah Pertama yang memiliki layanan Mobile Banking di 4 toko online dan sebagai Philantrophy pertama di Indonesia yang menggunakan ATM dalam penyaluran kepada binaan. Penghargaan lain diberikan oleh Majalah SWA yaitu penghargaan Indonesia Original Brands 2012 untuk kategori produk bank syariah dan Inventure Award 2013 sebagai The Indonesia Middle Class Brand Champion 2013 untuk kategori Tabungan Haji. Berbagai penghargaan lain juga diterima PT

BRISyariah sebagai bukti eksistensi perusahaan yang diperhitungkan dalam kancah perbankan nasional syariah.

Secara konsisten PT BRISyariah terus mengembangkan berbagai strategi dan inisiatif untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha perusahaan. Salah satunya adalah membangun kerjasama strategis dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dalam bentuk memanfaatkan jaringan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. untuk membangun kantor layanan syariah perusahaan yang fokus pada kegiatan penghimpun dana masyarakat. Pada tahun 2013, PT BRISyariah merintis usaha dalam upaya meningkatkan status bank sebagai bank devisa untuk direalisasikan pada tahun 2014 sesuai izin Bank Indonesia No.15/2272/Dpbs.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi:**

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### **b. Misi:**

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

### **3. Produk-produk PT. BRISyariah**

Berikut adalah daftar produk-produk dan jasa yang ada pada PT. BRISyariah adalah sebagai berikut;

#### **a. Tabungan FAEDAH BRISyariah iB**

Tabungan FAEDAH BRISyariah iB adalah tabungan serba mudah, yang mana biaya transaksi murah, setoran awal ringan, gratis biaya administrasi bulanan tabungan dan kartu ATM dan subsidi 50% biaya tarik tunai, cek saldo, transfer di jaringan ATM.

#### **b. Tabungan Simpanan Pelajar(SimPel) BRISyariah iB**

Tabungan SimPel BRISyariah iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

#### **c. Tabungan Impian BRISyariah iB**

Tabungan impian BRISyariah iB adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian anda dengan terencana. Tabungan impian BRISyariah iB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang

penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi.

d. Giro BRISyariah iB

Pastikan keamanan serta kemudahan berbisnis dengan giro iB BRISyariah. Dana anda kami kelola berdasarkan prinsip titipan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

e. Deposito BRISyariah iB

Pengelolaan dana yang baik menuju hasil terbaik. Usaha anda dalam mengembangkan dana terbaik sewajarnya dikelola dengan cara yang terbaik. Deposito BRISyariah iB adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip bagi hasil. Hasil investasi anda tak hanya menguntungkan, tetapi juga akan membawa berkah.

f. Tabungan Haji BRISyariah iB

Tabungan haji BRISyariah iB merupakan produk simpanan dari BRISyariah untuk calon jamaah haji dalam memenuhi kebutuhan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil.

g. Tabungan Umrah BRISyariah iB

Siapapun kini bisa beribadah umrah dengan mudah dan murah. Setiap muslim pasti merindukan *Baitullah*, sempurnakan kerinduan anda pada *Baitullah* dengan ibadah Umrah. Tabungan Umrah

BRISyariah iB kini hadir membantu anda untuk menyempurnakan niat anda beribadah dan berziarah ke *Baitullah*.

h. Unit Mikro BRISyariah iB

Pembiayaan Unit Mikro BRISyariah iB adalah pinjaman dalam bentuk sekala kecil atau pinjaman mikro yang diperuntukkan usaha kecil dan menengah. Pilihan pembiayaan Unit Mikro BRISyariah iB ada tiga diantaranya sebagai berikut; Mikro 25iB, Mikro 75 iB, Mikro 500 iB

i. CallBRIS 500-789

Layanan Call Center BRISyariah merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menghubungi BRISyariah melalui telpon. Cukup dengan menghubungi **500789** yang dapat diakses dari seluruh tempat di Indonesia kapanpun dan dimanapun anda berada, tanpa harus datang ke bank.

j. Internet Banking BRIS

Adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan *Personal Computer, Laptop, Notebook* atau *PDA*.

Internet Banking BRIS akan memberikan anda kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan layanan Internet

Banking, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, selama terdapat koneksi jaringan internet.

#### 4. Struktur Organisasi

Pimpinan Cabang Pembantu	: Ahmad Taufiq
Branch Operation Supervisor (BOS)	: Regha Marthagusti Adiatma
Customer Service (CS)	: Linda Apriliana
Teller	: Ayu Resti Dewayanti
Account Officer (AO)	: Ali Mustain
Account Officer Mikro (AOM)	: 1. Mahfud Efendi 2. Rio Kuncoro Saputro 3. Irawan Tedy Wahono 4. Eko Mujiarto

#### 5. Job Description

##### a. Pimpinan Cabang Pembantu (PINCAPEM)

Bertanggung jawab atas performance capem dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan. Mengelola seluruh staff capem dalam mendukung kegiatan bisnis capem dengan tujuan tercapainya *sustainable growth*.

Secara lebih jelas, tanggung jawab Pimpinan Cabang Pembantu adalah sebagai berikut;

1) Tercapainya target pembiayaan sesuai plan dari kantor pusat.

Menyetujui proses pembiayaan hingga Rp. 200.000.000,-

Mengelola marketing untuk mencapai target pembiayaan dan mendapatkan nasabah baru.

2) Menangani *turn over* tenaga kerja dan mengelola serta mengembangkan karyawan dengan cara memberikan pelatihan motivasi serta *couching* secara berkala.

3) Memastikan berjalannya disiplin proses serta melaksanakan sales proses (pipeline DSAR, WSAR, JFW, Meeting berkala dan papan sales).

4) Memastikan *sustainable growth* dan sales performance setiap nasabah.

5) Monitoring berkala terhadap kualitas pembiayaan dan maintenance nasabah.

6) Melakukan monitoring pembayaran angsuran, keterlambatan angsuran serta proses penagihan.

7) Meminimalisir resiko *Financial Risk* serta *Operasional Risk*.

#### b. Branch Operation Supervisor (BOS)

Mengkoordinasi pelaksanaan operasional bank di kantor cabang atau cabang pembantu dengan cara memberikan layanan operasional bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara *Excellent*.

Membrikan dukungan kepada kepada Manager Operasional dan Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis. Dan *support* di cabang berupa; menyediakan layanan operasi kas, pembukaan atau



penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten, melaksanakan layanan operasi lainnya yang dilakukan di kantor cabang atau cabang pembantu sehingga tidak terdapat *open item* dalam jangka waktu lama, sebagai nara sumber dalam layanan operasi kantor cabang atau cabang pembantu baik di *internal* bank maupun dengan jaringan bank *eksternal* lainnya, dan membangun *team work* dan komunikasi yang efektif di kantor cabang atau cabang pembantu.

Secara lebih jelas, tanggung jawab Branch Operation Supervisor (BOS) adalah sebagai berikut;

- 1) Melakukan persetujuan atau otoritas transaksi sesuai dengan kewenangan yang diberikan dan prosedur yang berlaku di BRISyariah.
- 2) Mengkoordinir persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk pelaksanaan operasional CS, Teller, *operation support* di kantor cabang atau kantor cabang pembantu sesuai struktur organisasi keputusan manajemen bank.
- 3) Mengelola operasional di kantor cabang khususnya untuk Customer Service, Teller dan Operation Support.
- 4) Melakukan koordinasi internal khususnya yang terkait dengan Unit kerja yang menjadi tanggung jawabnya.

5) Mengkoordinir pelaksanaan Mini Banking T24 kepada jajaran operasi dibawah supervisinya dalam rangka implementasi layanan operasional.

6) Membentuk *team work* yang solid dan komunikasi yang efektif di unit kerja supervisinya.

c. Customer Service (CS)

Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah. Melayani nasabah dalam pembukaan dalam penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excelent*.

Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation*, Operation Manager, Pimpinan, berupa; Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di Customer Service, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten. Sebagai nara sumber dalam layanan operasi dan produk bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawab. Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

Secara lebih jelas tanggung jawab Customer Service (CS) adalah sebagai berikut;

1) Melayani nasabah memberikan informasi produk dan layanan serta melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan

kewenangannya, berdasarkan intruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.

2) Sebagai petugas yang menerima dan menangani keluhan nasabah serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya.

3) Memperhatikan dan menjaga kebersihan lingkungan kerja terutama tempat kerja, tepat tunggu nasabah, tempat brosur dan *area banking hall*.

4) Menyimpan dan mengelola peralatan kerja dengan baik dan rapi.

5) Memahami produk dan layanan yang diberikan terkait dengan operasional layanan Customer Service.

6) Melaksanakan dan bertanggung jawab kepada Supervisor Branch Operation (BOS) dan berkoordinasi secara proaktif dengan karyawan lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan operasi *front office* di kantor cabang.

7) Sebagai bagian dari tim operasi yang harus dapat bekerjasama dan mengikuti pelatihan dalam mewujudkan *team work* yang solid dan komunikasi yang efektif di operasional kantor cabang.

#### d. Teller

Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excelent*. Memberikan dukungan

kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manajer, Pimpinan berupa; Memproses layanan operasi baik tunai maupun non tunai yang dilakukan nasabah di teller, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten. Sebagai nara sumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai sesuai kewenangan dan tanggung jawabnya. Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerja sama dan berkomunikasi secara efektif.

Secara lebih jelas, tanggung jawab teller adalah sebagai berikut;

- 1) Melaksanakan dan bertanggung jawab atas transaksi operasional tunai dan non tunai yang diprosesnya berdasarkan instruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.
- 2) Memperhatikan dan menjaga kebersihan lingkungan kerja utama *counter teller* dan kondisi khsanah.
- 3) Menyimpan dan mengelola peralatan kerja dengan baik dan rapi.
- 4) Memahami produk dan layanan yang diberikan terkait dengan operasional teller.
- 5) Melaksanakan dan bertanggung jawab kepada supervisor branch operation dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan operasi *front office* di kantor cabang.
- 6) Sebagai bagian dari tm operasi yang harus dapat bekerjasama dan mengikuti pelatihan dalam mewujudkan team work yang solid dan komunikasi yang efektif di operasional kantor cabang.

e. Account Officer (AO)

Melakukan kegiatan pemasaran pembiayaan dan pemrosesan paket pembiayaan sesuai segmen pembiayaan yang dikelolanya serta tugas dan tanggung jawabnya untuk mendapatkan portofolio pembiayaan yang sehat dan menguntungkan serta bertanggung jawab terhadap pencapaian kinerja yang diberikan perusahaan.

Secara lebih jelas tanggung jawab Account Officer (AO) adalah sebagai berikut;

- 1) Menyusun Rencana Pemasaran Tahunan (RPT) pembiayaan atas sector yang dikelolanya serta menegosiasikan dengan Marketing Manager dan Pimpinan Cabang dalam rangka menetapkan Rencana Kerja Anggaran.
- 2) Menyusun rencana kerja bulanan berdasarkan rencana pemasaran tahunan yang telah ditetapkan oleh atasannya sebagai pedoman kerja untuk digunakan sebagai bahan evaluasi hasil pemasaran yang dicapai setiap setiap bulan dan tahunan.
- 3) Membuat rencana kunjungan mingguan, yang menuju kepada tercapainya target pemasaran mingguan, bulanan dan tahunan guna monitoring hasil kerja yang bersangkutan dalam mencapai target yang telah ditetapkan.
- 4) Memasarkan pembiayaan sesuai rencana pemasaran tahunan dan rencana kerja bulanan serta memantau hasilnya untuk mencapai

portofolio pembiayaan yang berkembang, sehat dan menghasilkan pendapatan optimal bagi cabang.

5) Mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya serta memantau hasil yang dapat diraih untuk mempertahankan kualitas pembiayaan sesuai rencana kerja anggaran yang ditetapkan.

6) Memproses pembiayaan baru dan perpanjangan sesuai kewenangan yang dimiliki.

7) Melakukan kunjungan dalam rangka pembinaan pembiayaan kepada nasabah BRISyariah yang menjadi tanggung jawabnya secara berkala.

8) Membuat dan melaporkan realisasi dari rencana pemasaran tahunan, rencana kerja bulanan, dan rencana kunjungan mingguan.

9) Memberikan pelayanan yang profesional dan sebaik mungkin dalam hal realisasi pembiayaan, menangani keluhan dan permasalahan debitur sesuai kode etik BRISyariah serta *cross selling* kepada nasabah untuk mencapai kepuasan nasabah dengan tetap memperhatikan kepentingan bank.

10) Melaksanakan tindak lanjut audit sesuai dengan bidang tugasnya untuk menyediakan data atau informasi yang dibutuhkan.

- 11) Melaksanakan tugas-tugas kedinasan dari atasan sesuai dengan peran dan kompetensinya untuk mencapai target atau standar yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

f. Account Officer Mikro (AOM)

Bertanggung jawab atas performance keuntungan UMS dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan. Bertanggung jawab atas penjualan dengan kualitas calon nasabah yang baik. Mampu melaksanakan sales proses dengan disiplin tinggi. Merupakan perwakilan BRISyariah di area dalam rangka membina hubungan dengan komunitasnya.

Secara lebih jelas tanggung jawab Account Officer Mikro (AOM) adalah sebagai berikut;

- 1) Melakukan proses pemasaran produk mikro BRISyariah kepada calon nasabah disekitar komunitasnya sesuai radius yang disetujui antara lain dipasar dan lingkungan pasar atau plasma.
- 2) Verifikasi awal calon nasabah dan memastikan kelengkapan persyaratan dokumen pembiayaan.
- 3) Menjalankan sales proses dengan disiplin tinggi antara lain adalah pipeline, DSAR, WSAR, papan sales. Mendapatkan nasabah baru, nasabah takeover dan nasabah existing.

## B. PENYAJIAN DATA

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian data *time series*. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan per tri wulan PT. BRISyariah Nasional yang diperoleh dari web resmi PT. BRISyariah Indonesia selama periode Maret 2009 – Desember 2015. Sampel dalam penelitian ini adalah mengenai data biaya promosi dan data Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) selama Tahun Maret 2009 – Desember 2015.

**Tabel 3.1**  
**Data Biaya Promosi dan Jumlah Dana Pihak Ketiga**  
**PT BRISyariah Indonesia Per Tri Wulan**  
**Maret 2011 - Desember 2015**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**

No	Bulan / Tahun	Biaya Promosi	Jumlah Dana Pihak Ketiga
1	Maret, 2009	168	631.142
2	Juni, 2009	894	139.840
3	September, 2009	2.204	125.509
4	Desember, 2009	13.632	443.097
5	Maret, 2010	2.258	504.936
6	Juni, 2010	8.934	682.495
7	September, 2010	19.572	769.011
8	Desember, 2010	30.972	3.864.006
9	Maret, 2011	2.822	1.088.610
10	Juni, 2011	4.875	1.284.499
11	September, 2011	9.888	1.472.126
12	Desember, 2011	26.923	1.902.555
13	Maret, 2012	2.810	1.772.215
14	Juni, 2012	5.260	1.869.183



15	September, 2012	7.573	2.119.891
16	Desember, 2012	12.399	2.360.278
17	Maret, 2013	3.087	2.384.855
18	Juni, 2013	7.256	2.584.877
19	September, 2013	11.416	2.719.316
20	Desember, 2013	27.614	3.151.441
21	Maret, 2014	4.375	3.149.011
22	Juni, 2014	13.185	3.158.586
23	September, 2014	21.297	3.598.283
24	Desember, 2014	29.333	3.920.572
25	Maret, 2015	1.891	4.405.858
26	Juni, 2015	5.260	5.643.235
27	September, 2015	24.595	4.569.377
28	Desember, 2015	40.015	4.654.760

Sumber: Data Diolah

### C. ANALISIS dan PENGUJI HIPOTESIS

#### 1. Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk mengetahui data pada variabel seperti mean, nilai minimum, nilai maximum, dan standar deviasi. Berikut adalah hasil dari pengujian statistik deskriptif dengan menggunakan spss

Tabel 3.2

#### Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
DPK	14,3177	1,00260	28
Promosi	8,8686	1,24403	28

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel hasil pengujian menggunakan spss dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Biaya Promosi

1. Mean : Rp. 8,8686 (dalam Milyar)
2. Std. Deviation : Rp. 1,24403 (dalam Milyar)

b. Variabel DPK

1. Mean : Rp. 14,3177 (dalam Milyar)
2. Std. Deviation : Rp. 1,00260 (dalam Milyar)

## 2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus bebas dari penyimpangan data yang diantaranya adalah terhindar dari adanya normalitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

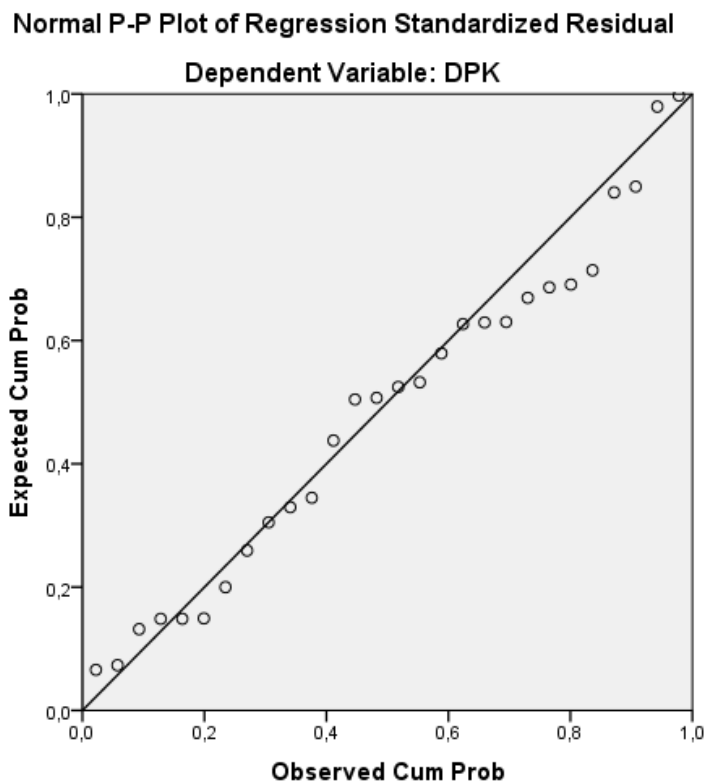
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik ialah residual datanya berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah dalam model regresi berdistribusi normal atau tidaknya itu dengan melihat grafik normal *probability plot*, dimana jika titik-titik plot menyebar disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, berarti model regresi berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil uji normalitas data dengan menggunakan spss;

Gambar 3.1

## Uji Normalitas Data



Dari hasil pengujian diatas dapat pada grafik *probability plot* bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan tidak jauh melebar dari garis diagonal. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

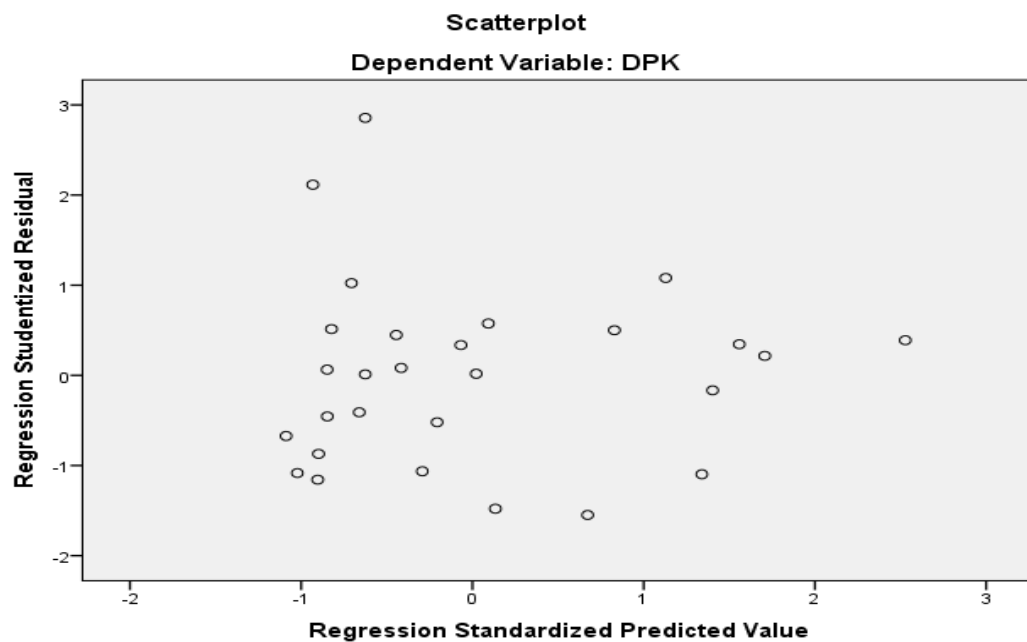
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda adalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak

terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi ialah dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka model regresi yang kita miliki tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan spss;

**Gambar 3.2**

**Uji Heteroskedastisitas**



Dari hasil pengujian diatas, dapat dilihat pada grafik *scatterplot*, titik-titik menyebar secara rata dan titik-titik tidak berkumpul pada satu tempat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi pengganggu pada data observasi satu pengamatan kepengamatan lainnya, dalam model regresi linier. Cara yang sering digunakan dalam uji autokorelasi ialah dengan uji Durbin-Watson (DW). Untuk melihat ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai dw dengan  $d_l$  dan  $d_u$  sebagai berikut;

- 1)  $D_u < dw < 4-d_u$ , maka  $H_a$  diterima. Artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $D_w < d_l$  atau  $dw > 4-d_l$ , maka  $H_a$  ditolak. Artinya terjadi autokorelasi.
- 3)  $D_l < dw < d_u$  atau  $4-d_u < dw < 4-d_l$ , artinya tidak terdapat kepastian atau kesimpulan yang pasti.

untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.3**

#### Uji Durbin – Watson

Ada autokorelasi positif	Tidak dapat diputuskan	Tidak ada autokorelasi	Tidak dapat diputuskan	Ada autokorelasi negatif	
0	$d_l$	$d_u$	$2$ $4-d_u$	$4-d_l$	4

**Sumber: Data Diolah**

Apabila nilai DW berda diantara  $D_u < dw < 4-d_u$ , maka model tersebut tidak terdapat autokorelasi. sebaliknya jika nilai

DW tidak berada diantara  $Du < dw < 4-du$ , maka model tersebut terdapat korelasi atau juga tidak dapat diputuskan.

Berikut adalah hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan spss:

**Tabel 3.4**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>p</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	2,006

a. Predictors: (Constant), lgX10, Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Lg10Y DPK

**Sumber: data diolah**

Dari hasil pengujian diatas diperoleh nilai DW adalah sebesar 2.006. dalam pnelitian ini menggunakan satu variabel bebas dengan jumlah sampel 28, maka nilai du sebesar 1,476. Karena nilai DW berada diantara  $Du < dw < 4-du$  atau  $1,476 < 2,006 < 4-1,476$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sedarhana digunakan untuk mengukur pengaruh dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dari penelitian ini adalah biaya promosi sedangkan variabel terikat adalah jumlah dana pihak ketiga.

Berikut adalah hasil perhitungan linier regresi sederhana antara biaya promosi (X) terhadap jumlah dana pihak ketiga (Y) dengan bantuan spss;

**Tabel 3.5**  
**Persamaan Linier Regresi Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1498418,486	387005,861		3,872	,001
	biaya promosi	67,587	23,775	,487	2,843	,009

a. Dependent Variable: DPK

**Sumber: data diolah**

Dari hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa persamaan model regresi linier sederhana ialah:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 1498418,486 + 67,587X + e$$

Hasil dari persamaan regresi sederhana diatas dapat memberikan pengertian bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 1498418,486 menyatakan bahwa jika jumlah biaya promosi konstan (tetap), maka jumlah keuntungan bersih adalah sebesar Rp. 1498418,486 (dalam Milyar).
- b. Nilai b sebesar 67,587 menyatakan bahwa jika jumlah biaya promosi mengalami kenaikan satu satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada jumlah dana pihak ketiga sebesar 67,587 (dalam Milyar) dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai

koefisien determinasi adalah nol dan satu. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel berikut;

**Tabel 3.6**

**Uji Koefisien Determinasi Jumlah Dana Pihak Ketiga**

**Model Summary<sup>p</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,487 <sup>a</sup>	,237	,208	1361251,66332

a. Predictors: (Constant), biaya promosi

b. Dependent Variable: DPK

**Sumber: data diolah**

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada tabel diatas, dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* adalah 0,208. Hal ini berarti bahwa jumlah dana pihak ketiga dapat dijelaskan oleh biaya promosi adalah sebesar 20,8%. Sedangkan sisanya sebesar 79,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

**5. Uji Hipotesis (uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji t dengan menggunakan spss:

**Tabel 3.7**  
**uji t profitabilitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		



1	(Constant)	10,577	1,206		8,773	,000
	Biaya Promosi	,422	,135	,523	3,132	,004

a. Dependent Variable: DPK

**Sumber: data diolah**

Berdasarkan uji t diatas, dapat dijelaskan bahwasannya nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel biaya promosi ialah sebesar 0,004. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah dana pihak ketiga.

#### **D. PEMBAHASAN**

##### **1. Analisis Pengaruh Berdasarkan Uji t**

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan spss yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel biaya promosi adalah sebesar 0,004, karena nilai signifikansi yang dihasilkan di bawah 0,05 maka  $H_a$  yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015 diterima dan  $H_0$  yang berbunyi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015 ditolak.

Berdasarkan analisis dan interpretasi yang telah diuraikan diatas dapat diartikan bahwa biaya promosi berdasarkan hasil uji t disini

berpengaruh signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

## **2. Analisis Seberapa Besar Pengaruh Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi tabel, yang mana nilai *Adjusted R Square* adalah 0,208. Hal ini berarti bahwa jumlah dana pihak ketigadapat dijelaskan oleh Biaya Promosi adalah sebesar 20,8% sedangkan sisanya sebesar 79,2% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

Hasil dari pernyataan di atas bahwasannya biaya promosi berpengaruh secara signifikan baik di uji menggunakan uji t dan uji koefisien determinasi terhadap jumlah dana pihak ketiga, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadli Pasaleori yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap perolehan dana pihak ketiga deposito sebesar 75,9% dan tingkat suku bunga berpengaruh positif terhadap perolehan dana pihak ketiga deposito sebesar 67,3% dan jugasesuai dengan skripsi Tiur Oktiani Sihotong yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dari biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga yang ditunjukkan dari nilai  $r = 0,022$  dan besarnya pengaruh biaya promosi di tunjukkan dari koefisien

determinasi sebesar 0,05% dan sisanya 99,95%, tidak sejalan dengan penelitian Mochamad Syadam Siswanto, yang menyatakan Dana Pihak Ketiga memberikan pengaruh signifikan terhadap kredit yang diberikan terlihat pada nilai koefisien korelasi sebesar 81,72% dan tingkat suku bunga hanya memberikan tingkat pengaruh terhadap kredit yang diberikan sebesar 1,82%.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan mengenai pengaruh biaya promosi terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015, maka penulis disini akan menarik kesimpulan. Jadi berdasarkan hasil uji t dapat di lihat bahwa biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan spss yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana nilai signifikansi yang di hasilkan untuk variabel biaya promosi adalah sebesar 0,004, karena nilai signifikansi yang dihasilkan di bawah 0,05 maka  $H_0$  yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015 diterima.
2. Sedangkan berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi peneliti dapat menarik kesimpulan, yang mana nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,208. Hal ini berarti bahwa jumlah dana pihak ketiga dapat dijelaskan oleh biaya promosi adalah sebesar 20,8% sedangkan sisanya sebesar 79,2% yang di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini. Meskipun dengan tingkat pengaruh yang kecil hal tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa biaya promosi

berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

## B. SARAN-SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh biaya promosi terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah yang telah diuraikan diatas, maka disini peneliti memberikan sara-saran bagi peneliti selanjutnya dengan per masalahan yang serupa sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel bebas yang berkaitan dengan jumlah dana pihak ketiga selain dari biaya promosi. Juga diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan data yang lebih update dan menggunakan tahun atau periode yang lebih panjang dalam penelitiannya.
2. jika peneliti selanjutnya mengalami permasalahan dalam uji asumsi klasik, disini ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan agar dapat terhindar dari masalah uji asumsi klasik diantaranya sebagai berikut:
  - a. Dapat membuang atau menambah variabel bebas ke dalam penelitiannya.
  - b. Dapat menambah jumlah observasi ke dalam penelitiannya.
  - c. Dapat melakukan tranformasi data penelitian ke dalam bentuk lain, seperti halnya dalam bentuk logaritma natural, akar kuadrat, dan lag variabel.

## BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : TUTIK AISYARTUL FAJRIYAH

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Probolinggo, 12 November 1994

Alamat Lengkap : Kel. Sumber Kedawung – RT 003/RW 003  
– Kec. Leces – Kab. Probolinggo.

Agama : Islam

Riwayat Pendidikan :

TK : TK. Fatmawati Sumber Kedawung Leces

SD : SDN Sumber Kedawung III Leces

MTSN : MTSN Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang

MA : MA Zainul Hasan Genggong

S1 : Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Jember

Organisasi : PMII Rayon FEBI IAIN Jember

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Menejemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, Lutfil. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Produk Terhadap Peningkatan Nasabah Pada BMT UGT*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi 2010* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badriyah, Syarifatul. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopi Paris*.
- Chotib, Moh. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pena Salsabila.
- Ghazali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Universitas Ponorogo.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- . 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate*. Bandung: Alfabeta.
- Masyhuri & M. Zainuddin. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama
- Muhamad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Najihah, Muflihatun. 2012. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung di BPR Syariah Asri Madani Nusantara Jember*. Skripsi.
- Nasution, S. 2011. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumiaksara.
- Nazir. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pasaleori, Fadli. 2012. *Pengaruh Promosi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI)*. Skripsi.
- Priyatno, Dwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data SPSS*. Yogyakarta: Mediako.
- Siswantoro, Mochamad Syadam. *Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kredit Yang Diberikan (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonsia)*. Skripsi.
- Sihotong, Tiur Oktiana. 2014. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada PT.Bank Sumut*. Skripsi.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Taniredja, Tukiran dan Hidayat Mustafidah. 2004. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Press.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Bank Indonesia & Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. 2013. Bandung: Citra Umbara.

Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.

[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)





## Hasil output SPSS

### a. Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,487 <sup>a</sup>	,237	,208	1361251,66332

a. Predictors: (Constant), biaya promosi

b. Dependent Variable: DPK

### b. Koefisien persamaan Regresi, dan Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1498418,486	387005,861		3,872	,001
	biaya promosi	67,587	23,775	,487	2,843	,009

a. Dependent Variable: DPK

### c. Uji Autokorelasi

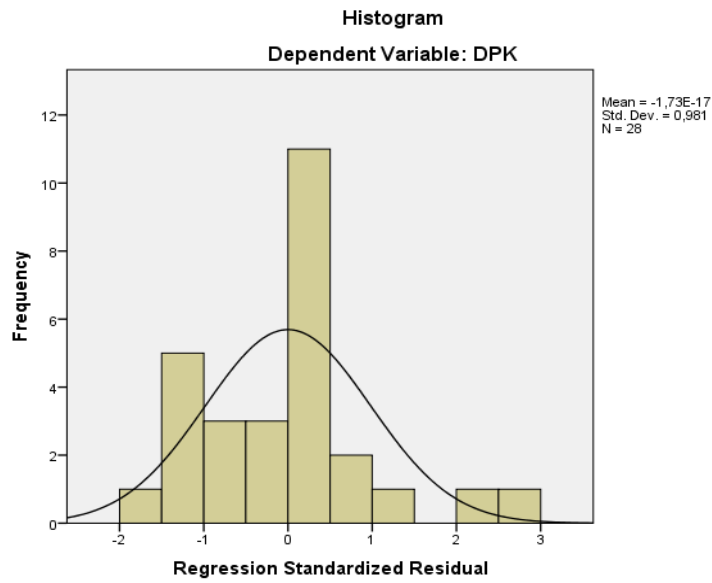
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,769 <sup>a</sup>	,591	,573	,01720	2,006

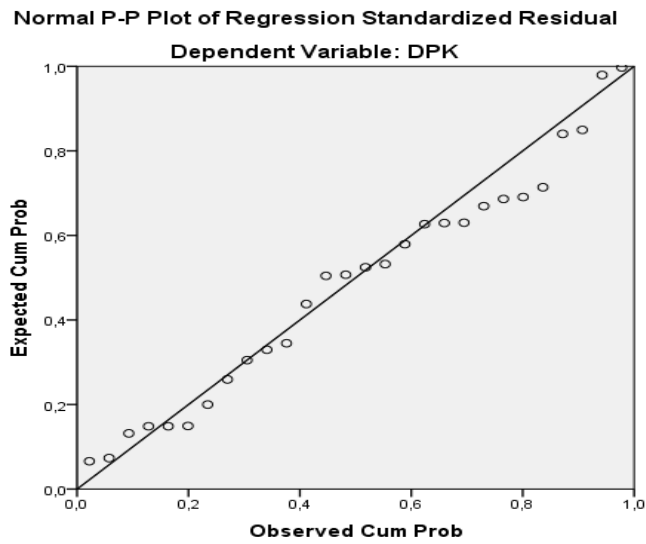
a. Predictors: (Constant), lgX10

b. Dependent Variable: Lg10Y

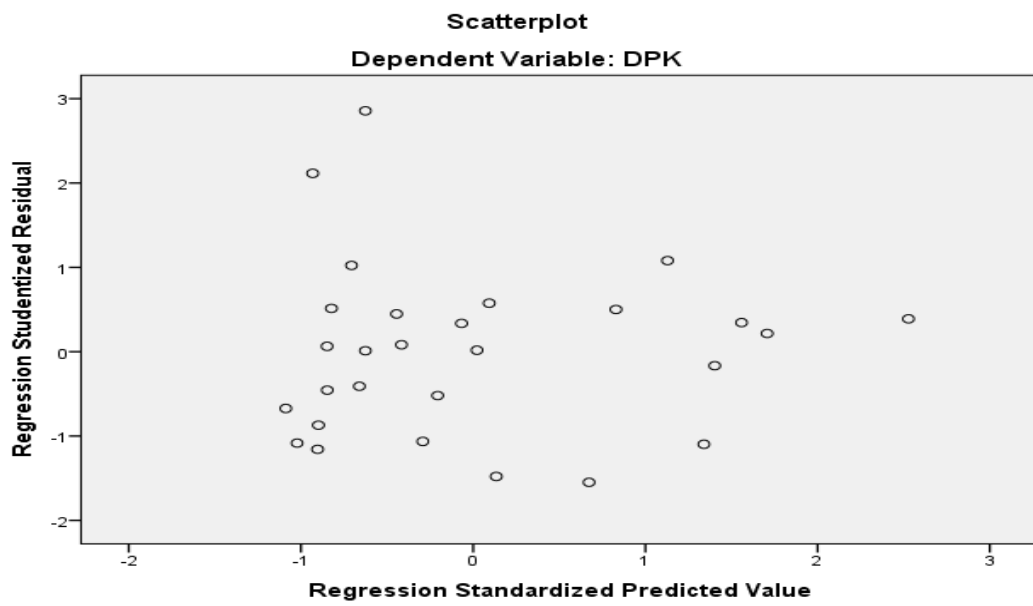
### d. Uji normalitas data dengan histogram



**e. Uji normalitas data dengan P-Plot**



**f. Uji heteroskedastisitas**



## DOKUMENTASI



Kantor BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi



Brosur PT.BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi



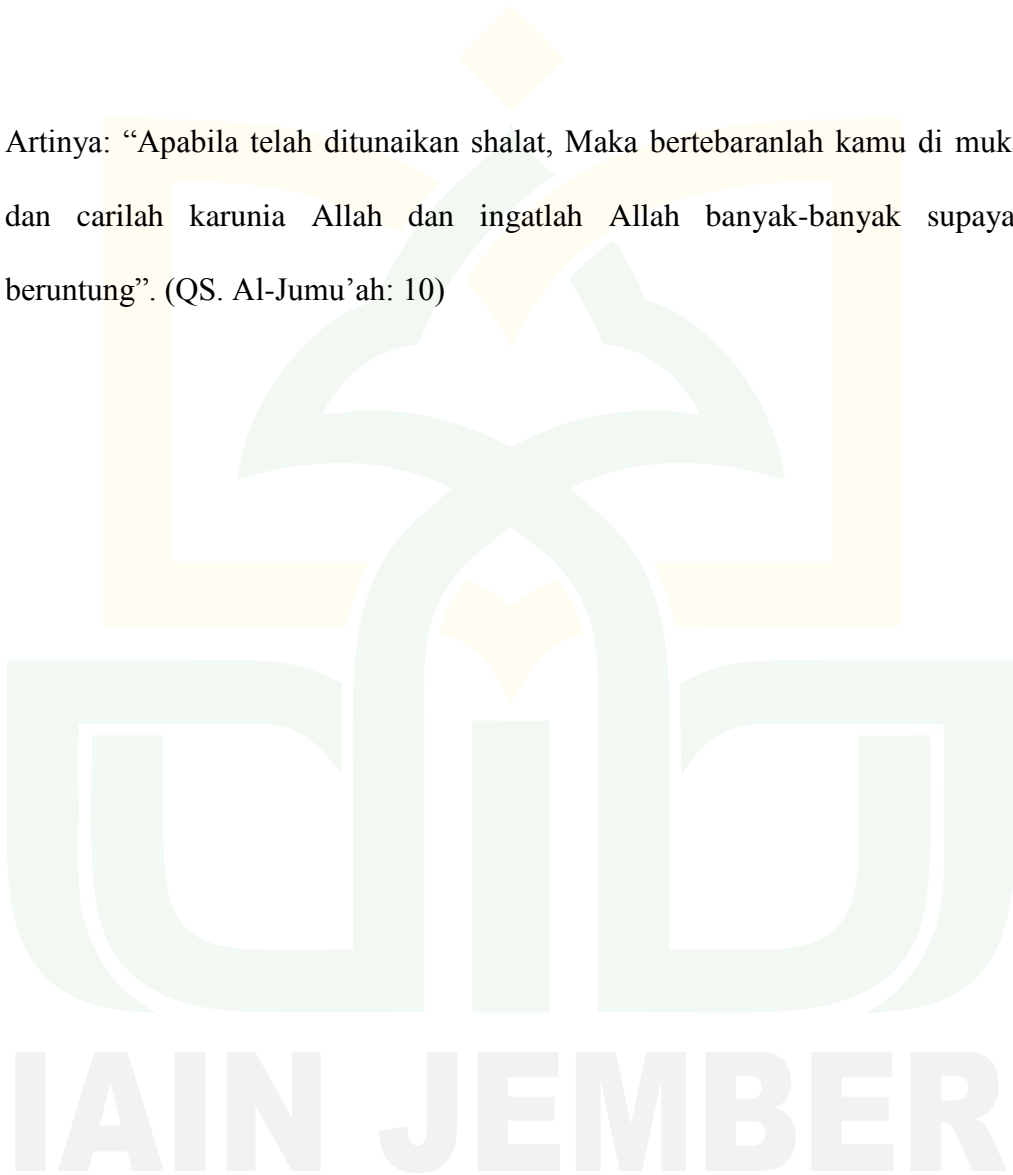
**Bentuk Hadiah Yang Akan di Berikan Kepada Nasabah Tertentu**

## MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (QS. Al-Jumu’ah: 10)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah, kini saya baru mengerti arti dari sebuah kesabaran dalam sebuah penantian. Dalam sebuah penantian pasti akan ada hasil yang sangat membanggakan. Terimakasih Ya Allah atas segala rahmat, nikmat yang telah Engkau berikan kepada hambamu ini. Syukur alhamdulillah tiada henti saya panjatkan atas awal dari perjuanganku. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah berjasa dalam hidup saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

1. Ayahanda tercinta (Sunarto Afkar) ibunda tercinta (Sumiati) yang selama ini tiada henti meberikanku do'a, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tiada henti dan adik saya tercinta (Moh. Umar Hafidzul Ahkam).
2. Serta semua keluarga besar Tutik Aisyatul Fajriyah yang selalu memberikan dukungan baik tenaga ataupun materi. Tanpa mereka semua, tiada lagi arti perjuangan dalam hidup ini. Saya tidak akan berdiri dan sampai pada titik perjuanganku saat ini.
3. Serta tidak lupa pula kepada sahabat-sahabatku tercinta dan teman-teman seperjuangan yang selalu menemani yaitu, kelas T2 dan Veryn Kost. Tanpa kalian semua diriku in bukan apa-apa yang tak akan menjadi apa-apa. Terimakasih atas dukungan dan perjuangan kita bersama selama ini.
4. Juga dosen pembimbing Ibu Retna Anggita Ningsih yang selalu memberikan nasehat dan pengarahan tanpa kenal lelah tanpa beliau diriku tak akan menjadi seperti sekarang. Terimakasih atas apa yang telah ibu berikan selama ini.
5. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Demikian, saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam hidup saya.

IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Sebagai makhluk ciptaan Allah yang diciptakan dengan memiliki berbagai macam kekurangan dan keterbatasan, tidak salah jika apa yang dikerjakan oleh manusia tidak luput dari kesalahan, begitu juga dalam penyusunan skripsi ini pastinya terdapat kekurangan dan kesalahan di dalamnya dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi ini menyadari bahwa masih banyak membutuhkan kritik dan masukan dari pembaca sehingga dapat membantu dalam menyempurnakan kesalahan dan kekurangan yang ada dalam skripsi ini.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak, yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik berupa motivasi, masukan, serta do'a yang selalu mengalir. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor IAIN Jember yang telah memfasilitasi mahasiswa dalam belajar.
2. Bapak Moch. Chotib, S.Ag., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengatur jalannya kinerja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah turut membantu mahasiswa Perbankan Syariah dalam mengembangkan pengetahuan melalui pembelajaran yang telah ditetapkan oleh jurusan.
4. Ibu Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Perbankan Syari'ah yang telah memfasilitasi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah dalam penyelesaian skripsi salah satunya dalam bentuk penerimaan judul.
5. Ibu Retna Anggita Ningsih, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dalam membimbing saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen yang telah bersedia memberikan ilmunya kepada saya sampai terselesainya studi di Institut Agama Islam Negeri Jember ini.
7. Kedua orang tua dan adikku yang selalu memberikan dukungan, serta kasih sayang dan do'a yang tulus dalam penyelesaian skripsi ini.

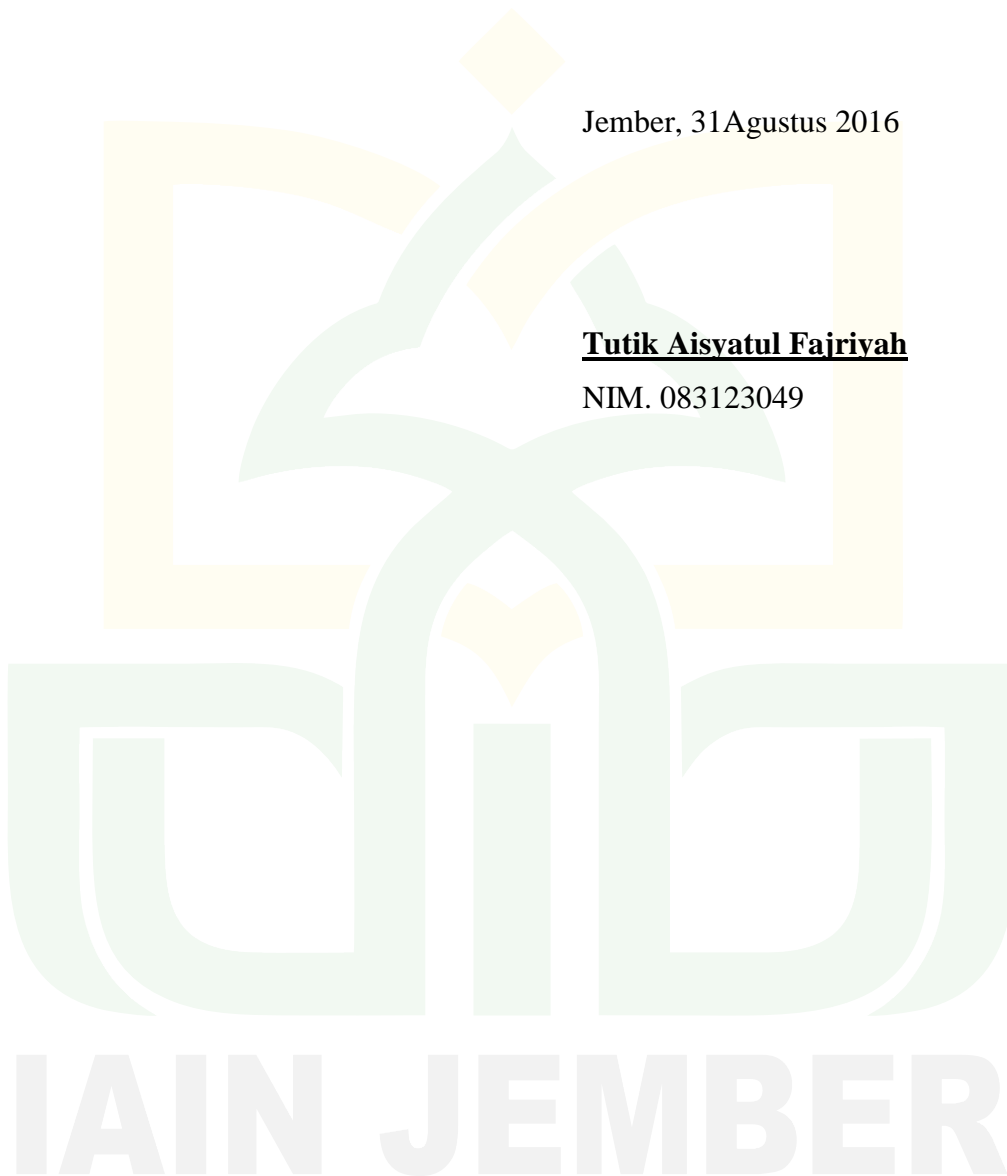


Penulis selalu membuka diri untuk menerima kritik dan masukan dalam skripsi ini serta masukan untuk penulis agar kedepan lebih baik lagi. Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah. Penulis hanya mampu pasrah dan berseah diri kepada Allah SWT semoga penulis dan pembaca mendapatkan manfaat dari skripsi ini. Amin

Jember, 31 Agustus 2016

**Tutik Aisyatul Fajriyah**

NIM. 083123049



## ABSTRAK

**Tutik Aisyatul Fajriyah, 2016: Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah Periode 2009-2015.**

Pertumbuhan setiap perbankan islam sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat. Sumber dana yang berasal dari masyarakat dapat berupa simpanan tabungan, giro, dan deposito. Dalam dunia perbankan disini juga dituntut untuk selalu mengembangkan usahanya, salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan cara memperkenalkan produknya menggunakan cara promosi. Sebab promosi berpangkal pada kebutuhan masyarakat yang belum mengetahui mengenai informasi produk, jasa dan layanan suatu bank syariah.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: a) Adakah pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah tahun 2009-2015? b) Seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah tahun 2009-2015?

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari biaya promosi terhadap jumlah dana pihak ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *time series*. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah regresi linier sederhana, yaitu untuk mengetahui pengaruh dengan menggunakan satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis regresi linier sederhana ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu: Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan Uji t. Namun sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dulu data harus memenuhi Uji Asumsi Klasik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah dana pihak ketiga secara parsial, dengan tingkat pengaruh yang kecil yaitu sebesar 20,8% dengan sisa sebesar 79,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK).

IAIN JEMBER

## ABSTRAC

**Tutik Aisyatul Fajriyah, 2016: The Effect Of Promotion Cost To The Number Of Third Party Funds Of PT. BRISyariah Periode 2009-2015.**

Growth every islamic banking hevily influenced by developments in the ability to collect public funds, demand deposit and time deposit. In the banking world here is also required to always develop their business, one of the ways that can be done is to introduce products using promotional way. For sale stem from the needs of people might not know about the product information, services and service an islamic bank.

The problem in this is: a) Is there a significant relationship between the cost of promotion to the number of third party funds PT. BRISyariah periode 2009-2015? b) How much influence promiton costs to the amount of third party funds during PT. BRISyariah the periode 2009-2015?

The purpose of this study was conducted to determine the influence is there and how big the influence of promotion costs to the number of third party funds PT. BRISyariah periode 2009-2015.

The research using quantitative approach to research the type of time series. As for the analytical techniques used in this study is a simple linier regression, is to determine the effect of using the independent variabels on the dependent variable. In a simple regression analysis, first data must the classic assumption test.

The results of this study indicate that the cost of sale affect the amount of third party funds partially, whit a small degree of influence that is equal to 20,8% with the remainder at 79,2% explained by other variables that are not described in this study.

Keywords: Promotion Costs, The Number Of Third Party Funds.

IAIN JEMBER

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian: BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi

No	Hari/tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	Kamis, 23-06-2016	Menyerahkan surat izin penelitian di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi.	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
2	Senin, 18-07-2016	Konfirmasi jadwal penelitian di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi.	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
3	Kamis, 25-07-2016	Wawancara bersama Accont Officer Mikro (AOM) mengenai langkah promosi yang dilakukan.	<i>[Signature]</i>
4	Jum'at, 26-07-2016	Meminta data biaya promosi tahun 2014 perbulan kepada Branch Operation Supervisor (BOS)	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
5	Jum'at, 29-07-2016	Meminta dokumentasi berupa sejarah, visi dan misi, legalitas, produk dan struktur organisasi kepada BOS	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
6	Selasa, 02-08-2016	Meminta data jumlah dana pihak ketiga tahun 2014 perbulan kepada Branch Operation Supervisor	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
7	Selasa, 09-08-2016	Wawancara bersama Customer Service mengenai produk dana pihak ketiga	<i>[Signature]</i>
8	Kamis, 11-08-2016	Meminta data biaya promosi tahun 2013 perbulan kepada Branch Operation Supervisor	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
9	Senin, 15-08-2016	Wawancara mengenai cara perhitungan bonus dana pihak ketiga kepada Customer Service	<i>[Signature]</i>
10	Selasa, 16-08-2016	Meminta data jumlah dana pihak ketiga tahun 2013 perbulan kepada Branch Operation Supervisor	<u>Regha Marthagusti</u> BOS
11	Jum'at, 19-08-2016	Meminta surat selesai penelitian	<u>Regha Marthagusti</u> BOS

Banyuwangi, 19 Agustus 2016

  
Regha Marthagusti Adiatma  
 Branch Operation Supervisor (BOS)

### Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga PT BRISyariah Tahun 2009-2015.	1. Biaya promosi (Variabel X)		a. Biaya Advertising b. Biaya Personal Seling c. Biaya Publicity d. Biaya Sales Promotion	1. Data sekunder a. Internet b. Kepustakaan	1. Metode pendekatan penelitian kuantitatif. Dengan jenis penelitian data <i>Time Seris</i> . 2. Teknik pengumpulan data: a. dokumentasi 3. Analisis data: analisis regresi sederhana: $Y = a + bX + e$ 4. Uji Hipotesis: a. Analisis uji t	1. Adakah pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah DPK PT BRISyariah Tahun 2009-2015? 2. Seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap jumlah DPK PT BRISyariah Tahun 2009-2015?	Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah DPK PT BRISyariah Tahun 2009-2015. Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap jumlah DPK PT BRISyariah Tahun 2009-2015.
	2. Jumlah Dana Pihak Ketiga (Variabel Y)	a. Dana yang bersumber dari masyarakat luas	a. Simpanan Giro b. Simpanan Tabungan c. Simpanan Deposito				

IAIN JEMBER

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP JUMLAH DANA PIHAK  
KETIGA (DPK) PT.BRISyariah Tahun 2009-2015**

**SKRIPSI**

telah diuji diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Isam Program Studi Perbankan Syariah

Pada

Hari : Jum'at

Tanggal: 14 Oktober 2016

Ketua

Sekretaris

Ahmadiono, M.E.I  
NIP. 19760401 200312 1 005

Daru Anondo, S.E., M.Si  
NIP. 19750303 200901 1 009

Anggota

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM
2. Retna Anggitaningsih, S.E., MM

( *Anggota* )

Mengetahui  
Dekan



Moch. Chotib, S.Ag., MM  
NIP. 197110727 200212 1003

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP JUMLAH DANA  
PIHAK KETIGA (DPK) PT. BRISyariah Tahun 2009-2015**

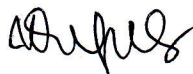
**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Jember Untuk Memenuhi Salah  
Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Proram Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Tutik Aisyatul Fajriyah  
NIM. 083123049

Disetujui Pembimbing



Retna Anggitaningsih, S.E., M.M  
NIP. 19740420 199803 2 001

## PERYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TUTIK AISYATUL FAJRIYAH  
NIM : 083 123 049  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah  
Institute : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya dan dirujuk dari sumbernya.

Jember , 29 September 2016

Yang menyatakan



Tutik Aisyatul Fajriyah  
NIM. 083123049





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

**J E M B E R**

Nomor : B.51/In.20/7.a/PP.00.9/ 6 /2016  
Lampiran : -  
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.

Pimpinan PT. BRISyariah Kantor Cabang Banyuwangi

Di

TEMPAT

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Tbu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Tutik Aisyatul Fajriyah.  
NIM : 083123049  
Semester : VIII (Delapan)  
Prodi : Perbankan Syariah.  
Jurusan : Ekonomi Islam.  
Alamat : Sumber Kedawung, Leces, Probolinggo.  
No TLP : 085606315188  
Lokasi Penelitian : BRISyariah KCP Genteng-Banyuwangi.  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah di BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.**

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Jember, Juni 2016

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik

Pengembangan Lembaga



**Dt. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I**

NIP. 19730830 199903 1 002



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN**

**NO. B.193 -KCP-GTG-WAHID HASYIM/MO/08/2016**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : TUTIK AISYATUL FAJRIYAH  
NIM : 083123049  
Kategori : Perbankan Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : IAIN Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan Penelitian di PT Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi, mulai tanggal 18 Juli 2016 sampai dengan tanggal 19 Agustus 2016. Sebagai bahan penelitian dengan judul Skripsi " Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga di BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi ".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Banyuwangi, 19 Agustus 2016

**PT. Bank BRISyariah  
KCP Genteng/Banyuwangi**

  
**Ahmad Taufiq**  
Kepemimpin Cabang Pembantu



**Tawakal, Integritas, Profesional, Antusias, Berorientasi Bisnis, Kepuasan Pelanggan, Penghargaan SDM**  
**"Berpadu dalam Karya, Produktif, Efisien dan Doa Menuju Bank Syariah Ritel Modern"**

**Tabel Durbin-Watson Dengan Signifikansi 5%**

n	K=1	K=2	K=3	K=4	K=5
	Upper Limit	Upper Limit	Upper Limit	Upper Limit	Upper Limit
n=20	1.411	1.537	1.676	1.828	1.991
n=21	1.420	1.538	1.669	1.812	1.964
n=22	1.429	1.541	1.664	1.797	1.940
n=23	1.437	1.543	1.660	1.785	1.920
n=24	1.446	1.546	1.656	1.775	1.902
n=25	1.454	1.550	1.654	1.767	1.886
n=26	1.461	1.553	1.652	1.759	1.873
n=27	1.469	1.556	1.651	1.753	1.861
n=28	1.476	1.560	1.650	1.747	1.85
n=29	1.483	1.563	1.650	1.743	1.841
n=30	1.489	1.567	1.650	1.739	1.833
n=35	1.519	1.584	1.653	1.726	1.803
n=40	1.544	1.600	1.659	1.721	1.786
n=45	1.566	1.615	1.666	1.720	1.776
n=50	1.585	1.628	1.674	1.721	1.771
n=55	1.601	1.641	1.681	1.724	1.768
n=60	1.616	1.652	1.689	1.727	1.767
n=65	1.629	1.662	1.696	1.731	1.767
n=70	1.641	1.672	1.703	1.735	1.768
n=75	1.652	1.680	1.709	1.739	1.770
n=80	1.662	1.688	1.715	1.743	1.772
n=85	1.671	1.696	1.721	1.747	1.774
n=90	1.679	1.703	1.726	1.751	1.776
n=95	1.687	1.709	1.732	1.755	1.778
n=100	1.694	1.715	1.736	1.758	1.780
n=105	1.747	1.76	1.774	1.788	1.802
n=200	1.779	1.789	1.799	1.809	1.820