



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
DANA PIHAK KETIGA PADA PT. BANK
SYARI'AH MANDIRI CABANG
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

YULI AMANDA SIREGAR

NIM. 13 220 0134

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2019



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
DANA PIHAK KETIGA PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**YULI AMANDA SIREGAR
NIM : 13 220 0134**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd.MM
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 2018001 2 001**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2019

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Yuli Amanda Siregar
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, ^{21 Oktober} November 2019

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Yuli Amanda Siregar** yang berjudul: **"Pengaruh Analisis Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd, MM
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 2018001 2 001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Amanda Siregar
Nim : 13 220 0134
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : EkonomidanBisnisIslam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 31 OKTOBER 2019
Yang Menyatakan



YULI AMANDA SIREGAR
Nim: 13 220 0134

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Amanda Siregar
Nim : 13 220 0134
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : EkonomidanBisnisIslam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 31 OKTOBER 2019
Yang Menyatakan



YULI AMANDA SIREGAR
Nim: 13 220 0134



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI

SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : YULI AMANDA SIREGAR
NIM : 13 220 0134
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah-3
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan

Ketua

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP.19651102 199103 1 001

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP.19651102 199103 1 001

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 14 Novemvber 2019
Pukul : 13.30 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 65 (C)
IPK : 3,39
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang, padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
DANA PIHAK KETIGA PADA PT.BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG PADANGSIDIMPUAN.**

NAMA : YULI AMANDA SIREGAR
NIM : 13 220 0134

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 19 November 2019

Dekan



Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Yuli Amanda Siregar

NIM : 13 220 0134

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT.Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

Pada sebuah perusahaan selalu menginginkan peningkatan penjualan ataupun perkembangan perusahaannya tersebut dan seberapa besar dalam peningkatan penjualan didorong atau didasari oleh kegiatan promosi, tanpa adanya promosi produk yang dihasilkan oleh perusahaan perbankan tersebut tidak akan mudah dikenal oleh masyarakat luas. Dalam hal ini PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan telah melakukan berbagai kegiatan promosi yang dapat menunjang peningkatan dalam hal peningkatan dana pihak ketiga terutama, namun dalam melaksanakan kegiatan promosi tersebut membutuhkan dana yang cukup besar untuk merealisasikannya.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran bank dan analisis laporan keuangan, akuntansi perbankan syari'ah, manajemen perbankan, bank dan lembaga keuangan syari'ah, dan pengantar bisnis serta sehubungan dengan kegiatan yang berhubungan dengan ilmu-ilmu dasar yang membahas teori tentang promosi dan dana pihak ketiga.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif analisis deskriptif teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi pada data promosi dan dana pihak ketiga yang diperoleh dari PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan, kemudian di analisis dengan menggunakan data statistik yaitu data SPSS Versi 24.0 variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi (Variabel X) dan Dana Pihak Ketiga (Variabel Y).

Dari Hasil perhitungan regresi sederhana yang dilakukan pada *Output* SPSS Versi 24,0 maka dapat diperoleh hasil kesimpulan bahwa $Y=a+bx+e$, dimana $DPK=65212911,00 + 62,132 \text{ Promosi} + 16690$, jadi kesimpulannya adalah setiap terjadi kenaikan Rp.1 variabel biaya promosi, maka DPK akan mengalami kenaikan sebesar Rp. 62,132 (dalam jutaan rupiah).

Dari hasil data yang diolah tidak terdapat pengaruh yang cukup signifikan dari promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan yang ditunjukkan dari uji t data yang sudah diolah dengan perolehan data *R square* sebesar 0,074 yang artinya 7,4% peningkatan dana pihak ketiga diperoleh oleh dana pihak ketiga dan 99,26% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Dana Pihak Ketiga, Pemasaran

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syari’ah Mandiri Cabang Padangsidempuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan , M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A sebagai ketua Jurusan Perbankan Syariah, sebagai Sekretaris Jurusan, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd,M.M selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Khalid Syaifullah, selaku pimpinan PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan, Ibu Ismardiana Hutabarat selaku *Branch*

Operation & Service Manager, Kak Della Selvia CS *Reperensentatif* serta staf atau pegawai lainnya yang telah memberikan informasi tentang penelitian ini.

8. Seluruh Karyawan PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Lahuddin Siregar dan Ibunda Nurdalila dan Suami Rizki Hidayah Lubis yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Saudara saya Ahmad Husein Siregar, Adinda Deasy Ana Fitri dan Aulia Rahmadani Siregar karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
10. Para sahabat Mirlan Sari Putri, Efrida Hannum, Minda Hasiah, yang telah banyak membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
11. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-3 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 31 Oktober 2019

Peneliti,

YULI AMANDA SIREGAR
NIM. 13 220 0134

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	..	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..'	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata

tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Defenisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	14
1. Kerangka Teori	14
A. Promosi	14
1) Pengertian Promosi	14
2) Menentukan Bauran Promosi	16
a) <i>Advertising</i> (Periklanan)	17
b) Promosi Penjualan	19
c) Penjualan Perorangan	22
d) Hubungan Masyarakat	23
3) Tujuan Promosi	25
4) Proses Perencanaan Promosi	27
5) Landasan Hukum Tentang marketing	28
B. Dana Pihak Ketiga	30
1) Pengertian Dana Pihak Ketiga.....	30
2) Sumber Dana Pihak Ketiga	32
a) Simpanan Giro.....	32
b) Tabungan.....	36
c) Deposito	38
C. Pengaruh Hubungan Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga	39

2. Penelitian Terdahulu	40
3. Kerangka Pikir	43
4. Hipotesis	44
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis Penelitian	46
1. Populasi dan Sampel	47
a) Populasi.....	47
b) Sampel.....	48
2. Sumber Data	49
C. Teknik Pengumpulan Data.....	49
D. Teknik Analisa Data.....	50
1. Statistik Deskriptif	50
2. Uji Normalitas.....	51
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	52
4. Koefisien Determinasi (Uji r^2).....	52
5. Uji t.....	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan	54
1. Sejarah Bank Syari'ah Mandiri	54
2. Visi dan Misi.....	56
3. Jenis-Jenis Pembiayaan Bank Syari'ah Mandiri	57
4. Budaya Perusahaan Bank Syari'ah Mandiri.....	59
5. Struktur Organisasi Bank Syari'ah Mandiri.....	60
B. Data Penelitian	62
1. Biaya Promosi	62
2. Dana Pihak Ketiga.....	64
C. Hasil Analisis Data	65
1. Statistik Deskriptif	66
2. Uji Normalitas.....	67
3. Uji Regresi Linear Sederhana.....	67
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
5. Uji Hipotesis (Uji t)	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
E. Keterbatasan Penelitian	73
 BAB V Penutup	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga	5
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel.....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel IV.1	Biaya Promosi	62
Tabel IV.2	Dana Pihak Ketiga	64
Tabel IV.3	Statistik Deskriptif.....	66
Tabel IV.4	Uji Normalitas	67
Tabel IV.7	Uji Regresi Linear Sederhana	68
Tabel IV.8	Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel IV.9	Uji Hipotesis (Uji t)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar II .1 Krangka Pikir	43
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri
Lampiran 2 Hasil Output Uji Statistik Deskriptif
Lampiran 3 Hasil Output Uji Normalitas
Lampiran 4 Hasil Output Regresi Sederhana
Lampiran 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Lampiran Hasil Output Uji t
Surat Pengesahan Pembimbing
Surat Ijin penelitian
Surat Balasan Riset
Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan di Indonesia terbagi dalam dua jenis yaitu, bank yang konvensional dan bank syari'ah. Bank konvensional adalah bank yang pelaksanaan operasionalnya berdasarkan tingkat bunga, sedangkan syari'ah adalah bank yang dalam pelaksanaan operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syari'ah yang sesuai dengan ketentuan agama Islam. Namun pada dasarnya semua jenis transaksi diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba, gharar ataupun maisir. Prinsip syari'ah hanya dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan hukum Islam dalam kegiatan perbankan dibidang syari'ah (UU No. 21 Tahun 2008).

Selanjutnya jika ditinjau dari asal mula terjadinya bank, maka pengertian bank adalah meja atau tempat untuk menukarkan uang. Pengertian bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu :

¹ Ismail, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 30

- a. Menghimpun Dana
- b. Menyalurkan Dana
- c. Memberikan Jasa - Jasa Bank.

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas. Pengertian penghimpunan dana (Uang) adalah mengumpulkan atau mencari dana (Uang) dengan cara membeli dari Masyarakat luas dalam bentuk simpanan Giro, tabungan , deposito. ²

Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya, kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran. Untuk memenuhi tujuan diatas, baik untuk mengamankan uang maupun untuk melakukan transaksi pembayaran dan investasi, bank menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan.

Jenis simpanan yang ditawarkan sangat bervariasi tergantung dari bank yang bersangkutan. Secara umum, jenis simpanan yang ada di bank adalah terdiri dari simpanan giro (*Demand Deposit*), simpanan tabungan (*Saving Deposit*), *simpanan deposito (Time Deposit)*. Pengertian menyalurkan dana (*lending*) ke masyarakat dalam hal ini bank memberikan pinjaman

² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : PT. Raja Garfindo Persada, 2008), hlm.12.

(kredit) kepada masyarakat³. Dengan kata lain, bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. Sebelum pembiayaan diberikan bank terlebih dahulu menilai apakah pembiayaan tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari kerugian akibat tidak dapat dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank dengan berbagai sebab. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh semua bank adalah kredit investasi, kredit modal kerja, atau kredit perdagangan.

Memberikan Jasa-jasa bank lainnya (*service*) seperti pengiriman uang atau transfer, penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit (L/C)*, *safe deposit box*, Bank garansi, *bank Notes*, *Travellers cheque*, dan jasa lainnya. Jasa- jasa bank lainnya ini merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.⁴

Dalam menjalankan aktivitas dunia perbankan syari'ah tentunya akan mendapatkan keuntungan yang diperolehnya. Pembiayaan adalah salah satu aktivitas perbankan syari'ah dalam menyalurkan ataupun meminjamkan dana kepada masyarakat dengan catatan pembiayaan tersebut berdasarkan akad atau perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak agar tidak terjadi kesalahpahaman ataupun penipuan semacamnya karena perbankan syari'ah

³ *Ibid*, hlm. 21

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2012), hlm.9-10.

berpedoman pada prinsip syari'ah. Adapun ayat tentang melakukan kegiatan ekonomi dalam perbankan syari'ah terdapat dalam surah Al- Maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ
إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمُ مَا
يُرِيدُ

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.*⁵

Di dalam penyaluran dana kepada masyarakat, bank juga beroperasi dalam menghimpun dana pihak ketiga yang pada penghimpunan ini bank mempunyai beberapa strategi supaya mendapatkan hasil yang diinginkan, mengingat semakin ketatnya persaingan di dunia industri perbankan khususnya perbankan syari'ah.

Kurangnya sosialisasi atau promosi merupakan salah satu penyebab lambannya perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia pada saat ini. Memang dalam melakukan kegiatan promosi atau pun kegiatan pemasaran lainnya memerlukan biaya yang cukup banyak. Dibawah ini terdapat tabel penghimpunan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidimpuan dari tahun 2014 – 2018.

⁵ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hlm.47.

Tabel I.1
Jumlah Nasabah DPK Yang Membuka Rekening
Dari Tahun 2014 - 2018PT. Bank Syari'ah
Mandiri cabang Padangsidimpuan
(Tabungan , Giro , Deposito)

Tahun	Tabungan	Giro	Deposito
2014	4543 Nasabah	5 Nasabah	14 Nasabah
2015	3629 Nasabah	4 Nasabah	22 Nasabah
2016	4062 Nasabah	7 Nasabah	27 Nasabah
2017	3297 Nasabah	10 Nasabah	45 Nasabah ⁶
2018	3526 Nasabah	10 Nasabah	238 Nasabah

Sumber : Wawancara di PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Dilihat dari Tabel I.1 perkembangan penghimpunan dana pihak ketiga dari Tahun 2014 Nasabah tabungan lebih tinggi dari tahun 2015, 2016,2017 dan 2018, sedangkan Giro tahun 2014 lebih sedikit dari tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018, begitu juga dengan Deposito tahun 2014 lebih rendah dari tahun 2015, 2016,2017 dan 2018.⁷

Pada tahun 2015 nasabah yang membuka tabungan lebih rendah dari tahun sebelum dan sesudahnya itu dikarenakan pada tahun 2015 nasabah yang membuka rekening ditahun 2014 masih bertahan. Pada tahun 2017 juga mengalami penurunan dana pihak ketiga jenis tabungan dikarenakan keadaan

⁶ Wawancara dengan *Customer Service* dan *Marketing* pada PT.Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan, pada hari Kamis, 24 Agustus 2017 pukul 15.15 WIB.

⁷ Wawancara dengan *Customer Service* dan *Marketing* Pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padngsidimpuan, pada Hari 29 Agustus 2017 pukul 16.15 WIB

ekonomi yang menurun, akan tetapi dana pihak ketiga jenis deposito meningkat dari tahun- tahun sebelumnya.

Kenaikan jumlah nasabah deposito pada tahun 2017 dan 2018 ini merupakan pengaruh dengan adanya tindakan promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan itu sendiri. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan strategi produk, strategi harga dan strategi lainnya.

Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung tanpa promosi jangan harap nasabah dapat mengenal bank.

Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Karena kegiatan promosi yang optimal akan dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam kegiatan menghimpun dana kepada bank tersebut.⁸ Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah :

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
3. Publisitas (*Publicity*)
4. Penjualan pribadi (*Personal selling*).

⁸ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 222

Fakta membuktikan bahwa biaya untuk mengembangkan bank syari'ah oleh bank Indonesia masih kecil, sehingga dalam berbagai kegiatan promosi bank syari'ah sumbangan Bank Indonesia masih sangat kecil. Berbeda dengan negara Malaysia saat ini, *market share* perbankan syari'ah di Malaysia mencapai 40-50 %.⁹ Rendahnya *market share* perbankan di Indonesia sebgaiian besar disebabkan oleh kecilnya alokasi dana untuk pengembangan bank syari'ah dari Bank Indonesia.

Dalam melakukan promosi untuk meningkatkan laba dan mengembangkan produk bank Syari'ah,ada juga hal lain yang dapat meningkatkan laba suatu bank syari'ah tersebut yaitu dengan cara meningkatkan jumlah dana pihak ketiga atau dengan kata lain dana yang dihimpun atau diperoleh dari masyarakat. Dana Pihak Ketiga (DPK) bagi bank, merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini.¹⁰

Pencarian dana ini relatif lebih mudah dari sumber dana lainnya, dikarenakan ini merupakan kegiatan yang selalu dilakukan oleh setiap karyawan bank menyadari semakin ketatnya persaingan antara bank syari'ah dan bank konvensional dalam menghimpun dana pihak ketiga maka untuk itulah kegiatan promosi dilakukan dalam menarik minat nasabah.

⁹ Dina Rayanti “ OJK: *Market Share* Perbankan Syari'ah Malaysia 50%, Indonesia baru 5%”, [Http://finance.detik.com/moneter/d-3211676/ojk-Market-Share-perbankan-syariah-Malaysia-50-Indonesia-baru-5%](http://finance.detik.com/moneter/d-3211676/ojk-Market-Share-perbankan-syariah-Malaysia-50-Indonesia-baru-5%), diakses 2 Mei 2017 pukul 15:18 WIB

¹⁰ Kasmir, Op.Cit., hlm. 47-48.

Dimana dalam kegiatan promosi ini kita perlu mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru dengan berbagai strategi yang dimiliki oleh bank tersebut. Penyediaan biaya promosi berhubungan erat terhadap pendapatan penjualan perusahaan dan dapat dikatakan pula bahwa dalam teorinya, apabila biaya promosi besar atau ditingkatkan dari tingkatan penjualan sebelumnya maka dalam hal ini dana pihak ketiga pun ikut mengalami peningkatan.

Tetapi dalam faktanya kenaikan jumlah biaya promosi tidak diikuti dengan kenaikan jumlah dana pihak ketiga. Oleh karena itu bank harus memahami sisi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing supaya dalam kegiatan promosi yang dilakukan dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

Pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidempuan mereka memiliki strategi promosi yang dilakukan dengan menyebar brosur, melalui radio, sosial media, dan Sosialisasi.

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti kembali seberapa besarkah pengaruh variabel independen (Promosi) terhadap variabel dependen (Dana Pihak Ketiga). Oleh karena itu penulis mengambil Judul “ **ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA PT. BANK SYARI’AH MANDIRI CABANG PADANGSIDIMPUAN**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini yaitu :

1. Kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan tentang produk – produk bank sehingga jarang masyarakat menggunakan jasa bank syari'ah mandiri cabang Padangsidempuan.
2. Masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang kegunaan dari jenis-jenis dana pihak ketiga yang tersedia dari bank syari'ah mandiri cabang Padangsidmpuan.
3. Kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syari'ah.
4. Terjadinya fluktuasi biaya promosi terhadap dana pihak ketiga dalam perbankan syari'ah, karena promosi dalam dunia perbankan syari'ah sangat diperlukan demi perkembangan bank tersebut.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas terlihat bahwa permasalahan dalam penelitian ini sangat kompleks. Maka perlu dibatasi agar permasalahan dalam penelitian ini lebih fokus. Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan pengetahuan, materi dan waktu. Oleh karena itu, peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu Pengaruh Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel

guna menerangkan beberapa istilah yaitu: Pengaruh Promosi sebagai variabel bebas (X) atau (*independent variable*), Terhadap Dana Pihak ketiga sebagai variabel terikat (Y) atau (*dependent variable*). Mekanisme operasional variabel tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Promosi (X)	Promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Tanpa promosi jangan harapkan nasabah dapat mengenal produk dan mengetahui bank. Tujuan promosi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. ¹¹ Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang memiliki peran penting dalam menunjang berkembangnya suatu perusahaan yang dilaksanakan baik langsung maupun tidak langsung,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Biaya Promosi 2. Bauran Pemasaran dan media yang digunakan. 	Rasio
Dana Pihak Ketiga	Dana pihak ketiga merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giro 2. Tabungan 3. Deposito 	Rasio

¹¹ M. Nur Rianto Al, Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 169.

(DPK) (Y)	dalam arti luas, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha. ¹² Dana pihak ketiga ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Bisa dikatakan dana pihak ketiga memiliki keterkaitan dengan peningkatan laba yang diperoleh oleh bank syari'ah mandiri.		
--------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian. Adapun masalahnya yaitu : Apakah promosi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan ?.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari promosi terhadap peningkatan dana pihak ketiga pada PT. Bank syari'ah mandiri cabang Padangsidempuan.

¹² Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 43

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan pengetahuan peneliti yang diperoleh dibangku kuliah. Sehingga dapat menambah pengetahuan peneliti disamping sebagai kewajiban dalam menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana.

2. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan untuk PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Syariah Padangsidempuan dalam melaksanakan promosi dalam bidang meningkatkan dana pihak ketiga.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat memberikan informasi dan referensi serta menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama. Dan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan untuk kemajuan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

4. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat tentang dana pihak ketiga yang dioperasikan dalam bank itu tersebut.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan peneliti dalam hal menyusun skripsi ini, maka sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab pertama yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

Bab kedua terdiri dari landasan teori yang menguraikan tentang kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang merupakan penelitian kuantitatif, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji hipotesis lainnya yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat menguraikan tentang gambaran umum PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan, Deskriptif data penelitian, analisis data penelitian serta pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga di PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

Bab kelima merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran-saran yang diberikan dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

A. Promosi

1) Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli. Salah satu strategi bank yang paling ampuh dalam menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga, tempat.

Michael Ray, mendefenisikan:

Promosi sebagai “ *The condination off all saller – iniated effors to setup channels of information and persuasion to sell goods and service or promote an idea*” (Kondisi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).¹

Salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk-produk perbankan. Promosi merupakan salah satu dari pemasaran, seorang *marketer* harus

¹ Morisson, *Periklanan : komunikasi pemasaran terpadu* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm.

memiliki sebuah etika sebagai suatu acuan dalam melakukan pemasaran yang sesuai dengan syari'ah. Beberapa pendapat mengenai promosi yaitu :

Menurut M. Nur Rianto Promosi adalah:

Salah satu kegiatan *marketing mix* yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.²

Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Berdasarkan definisi di atas promosi adalah usaha untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menginformasikan jenis-jenis produk bank untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Sesuai dengan firman Allah SWT. yang berkaitan dengan promosi disampaikan dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 58:

² M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm.169.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya :*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”*.³

Hubungan dari ayat ini dengan kegiatan promosi adalah amanat dalam melakukan kegiatan, salah satunya kegiatan promosi. Dimana amanat maksudnya adalah menyampaikan hak ataupun apa saja kepada pemiliknya dengan tidak ada pengurangan dan kecurangan didalamnya.

Berdasarkan definisi diatas promosi adalah usaha untuk menari dan mempertahankan nasabahnya. Menginformasikan jenis-jenis produk bank untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.

2) Menentukan Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Bauran promosi (*promotion mix*) adalah istilah yang dipakai untuk mengacu kepada pilihan alat promosi yang digunakan dalam rangka memasarkan sebuah produk atau jasa. Kata promosi

³ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hlm.87.

digunakan dalam pengertiannya yang paling luas, untuk mencakup segenap elemen dari proses komunikasi pemasaran.⁴

Secara tradisional, bauran promosi mencakup empat elemen, yaitu : iklan (*advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan Masyarakat (*public relation*), Penjualan Pribadi (*personal selling*). Masing- masing elemen dapat menggunakan berbagai macam bentuk dan masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangan.

Perusahaan harus mengalokasikan anggaran promosinya diantara bauran promosi yang telah ditentukan guna untuk dapat memahami perkembangan promosi setiap dilakukannya kegiatan promosi.

a. *Advertising* (periklanan)

Periklanan adalah sarana promosi oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Periklanan (*advertising*) dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang bersifat non personal yang berarti bahwa periklanan ditujukan kepada konsumen dengan menggunakan suatu media, sehingga antara promotor dengan *audience* (para pendengar) tidak dapat berdialog secara langsung, mengenai suatu

⁴ Henry Simamora, *Manajemen pemasaran internasional* (Jakarta : Salemba Empat, 2000) hlm. 756-758.

organisasi, produk, *service*, atau ide yang dibayari oleh suatu sponsor yang diketahui.⁵

Karena periklanan merupakan promosi Non- personal, *Advertising* menggunakan media, antara lain :televisi, radio, kemasan , katalog, brosur, majalah, *Leaflet*, *billboard*, spanduk, simbol, logo, balon udara, mobil *box*, bahan- bahan audio visual dan film.⁶

Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah :

- a) Identifikasi pasar sasaran yang dituju serta motif pembeli.
- b) Menentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- c) Mengukur dampak dari iklan.⁷

Pertimbangan penggunaan media yang digunakan untuk pemasangan iklan disuatu media, antara lain :⁸

- a) Sasaran atau konsumen yang dituju.
- b) Jangkauan media yang digunakan.
- c) Biaya yang dikeluarkan.

⁵ Morisson, *Op. Cit.*, hlm. 17

⁶ Henry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen pemasaran bank syari'ah* (Bandung : Pustaka Setia, 2013), hlm. 383

⁷ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 157

⁸ *Ibid*, Hlm. 158.

Menurut Henry Susanto & Khaerul Umam mengatakan :
Bahwa jenis- Jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan antara lain : ⁹Surat kabar, majalah, radio, televisi, pos langsung, biro periklanan, spanduk, penyebaran brosur ditempat-tempat umum, papan reklame, dan media lainnya.¹⁰

Pada Umumnya periklanan juga mempunyai sifat-sifat antara lain :

a) *Public Presentation* (Penunjukkan Umum).

Penunjukkan yang dituju langsung kepada masyarakat umum oleh karena itu tema dan cara penyajiannya harus mempunyai sifat-sifat standar.

b) *Pervasiveness* (Penembusan).

Yaitu dapat dilaksanakan beberapa kali sehingga dapat meresap kepada konsumen.

c) *Amplified Expressiveness* (Menyebarkan yang mengandung pengertian banyak).

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjualan, distributor atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan atau berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.¹¹

⁹ Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 222.

¹⁰ M. Nurianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Op Cit., hlm. 169.

¹¹ Henry Susanto & Khaerul Umam, *Op.Cit.hlm.163*.

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Aktivitas promosi penjualan meliputi : pameran, dagang, kontes, sampel, insentif perdagangan, dan kupon. Promosi penjualan memberikan insentif jangka pendek yang biasanya digabungkan dengan bentuk promosi lainnya untuk menekankan, membantu, melengkapi dan mendukung tujuan program promosi.

Salah satu keunggulan dari promosi penjualan ini adalah menghasilkan banyak minat dan kesenangan. Promosi penjualan mempunyai potensi untuk membeli perhatian publik. Promosi penjualan dapat juga membangun dan minat dengan lebih cepat dibandingkan dengan periklanan, dan hal ini memungkinkan penentuan momentum yang lebih cepat dibandingkan unsur- unsur promosi lainnya. Promosi penjualan dapat cara efektif untuk mengirim pesan kepada pelanggan potensial dimana cara promosi lainnya tidak dapat masuk sehingga dapat meningkatkan dana pihak ketiga.

Morrisson Mengatakan:

Promosi penjualan secara umum dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu promosi penjualan yang berorientasi kepada konsumen (*Consumer-Oriented sales promotion*)

dan promosi penjualan yang berorientasi kepada perdagangan (*Trade-oriented sales promotion*).¹²

Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan manfaat bagi promosi penjualan yaitu :

1. Komunikasi yaitu memberi informasi yang dapat menarik dan memengaruhi perhatian nasabah untuk membeli.
2. Insentif yaitu memberi potongan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
3. Investasi yaitu mengharapkan nasabah segera merealisasikan pembelian produk perbankan.

Promosi penjualan efektif pada saat sebuah produk pertama kali dilempar di pasar.¹³ Bagi bank program promosi penjualan dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

1. Pemberian tingkat bagi hasil khusus (*special rate*) untuk nasabah yang menaruh sejumlah dana yang relatif besar walau pun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat diantara bank.
2. Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan deposito tertentu.
3. Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia.
4. Merupakan program yang memberikan kenyamanan bagi nasabah.

¹² Morisson, *Op. Cit.*, hlm. 25

¹³ Hendry simamora & Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm.850.

c. Penjualan perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan (*personal selling*) adalah integrasi langsung antara *salesmen* bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesan. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, Satpam sampai pejabat bank.

Tugas dari *personal selling* adalah mencari nasabah, berkomunikasi dengan baik, menjualkan barang sesuai target, mengumpulkan informasi mengenai riset pasar, pelayanan yang diberikan kepada nasabah harus memuaskan, pengalokasian dimana untuk memutuskan pelanggan bisnis mana yang akan lebih dulu memperoleh produk bila terjadi kekurangan produk pada produsen.

Adapun cara yang ditempuh oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan diantaranya adalah:

1. Kontak langsung dengan nasabah, yaitu melalui petugas bank dengan nasabah bank yang langsung datang ke bank. Nasabah berhak untuk mendapatkan informasi dan penerangan tentang produk bank yang dihasilkan dan keunggulannya. Kegiatan ini cukup efektif karena adanya komunikasi dua arah, nasabah

datang langsung bertanya dengan petugas tentang apa saja yang berkaitan dengan bank tersebut.

2. Kunjungan kepada nasabah yang potensial dan menawarkan produk-produk bank syari'ah mandiri cabang Padangsidimpuanyaitu nasabah yang memiliki usaha dengan prospek yang cerah.
3. Kujungan ke suatu forum untuk melakukan seminar atau pelatihan yang bertujuan memperkenalkan dan menawarkan produk Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidimpuan.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat (*public relation*) adalah sebuah proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang pembelian dan penjualan, komunikasi dan hubungan perusahaan dengan beragam jenis publiknya. Publik ini meliputi para pelanggan, pemasok, pemegang saham, karyawan, pemerintah, masyarakat umum, dan masyarakat dimana organisasi berkecimbung.

Program hubungan masyarakat dapat bersifat formal maupun informal. Poin kritisnya adalah bahwa setiap organisasi, apakah mempunyai program yang terorganisasi secara formal atau pun tidak haruslah peduli dengan masyarakatnya. Publisitas yaitu berbagai program untuk mempromosikan atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya.

Pendapat lain menyatakan bahwa publisitas adalah setiap bentuk berita signifikan yang tidak dibayar atau komentar editorial mengenai sebuah perusahaan praktik-praktiknya, personalianya atau produknya merupakan komponen utama dari aktivitas hubungan masyarakat sebuah perusahaan.¹⁴

Tujuan kegiatan ini adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat, dengan mengikuti kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan mampu menarik nasabah. Kegiatan ini merupakan kegiatan bauran promosi yang terakhir dilakukan.

Pada saat publisitas perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya walaupun memang tidak banyak, karena biasanya publisitas ini diwujudkan dalam bentuk berita dengan maksud untuk menambah perhatian kepercayaan masyarakat terhadap keputusan dan kebijaksanaan dari perusahaan. Dalam dunia perbankan publisitas sering disebut dengan humas dan sarana yang dapat dipakai dalam berbagai sistem masyarakat.

Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai *public relations*. Secara garis besar fungsi *public relations* adalah:

¹⁴ Hendry Simamora, *Op. Cit.*, hlm. 835.

- a) Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintain good communication*)
- b) Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*)
- c) Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals & manners*)

Jadi *public relations* adalah perpaduan antara pelaksanaan program dan strategi marketing dengan aktivitas program kerja *public relations* dalam upaya meluaskan pemasaran dan demi mencapai kepuasan konsumennya. Program *public relations* lebih mudah dan lebih subjektif dalam melaksanakan promosi dari suatu perusahaan jadi harus memiliki teknik dan ahli yang memang dibidang *public relations*.

3) Tujuan Promosi

Promosi adalah sarana komunikasi informasi antara penjual dan pembeli atau pihak–pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilakunya. Para pemasar melakukan promosi sejumlah alasan :¹⁵

1. Menyediakan informasi, baik pembeli maupun penjual mendapat manfaat dari fungsi informasi yang sanggup dilakukan oleh promosi. Para pembeli menemukan produk baru yang

¹⁵ Hendry simamora, *Op. Cit.*, hlm. 754.

membantunya, dan para penjual dapat menginformasikan kepada calon pelanggan tentang barang – barang dan jasa.

2. Merangsang permintaan, salah satu tujuan paling jelas dan langsung dari promosi adalah merangsang permintaan. Peran pemasar menginginkan konsumen membeli produk mereka, dan mereka menggunakan promosi untuk membuat konsumen memikirkan tindakan seperti itu.
3. Membedakan produk, banyak organisasi mencoba membedakan mereka dan produknya melalui penggunaan produksi. Hal tersebut khususnya penting bagi produk yang secara intern tidak banyak berbeda dari kompetitor mereka.
4. Mengingat para pelanggan saat ini, kemampuan yang ada merupakan pelanggan yang baik untuk promosi. Mengingat pelanggan akan manfaat- manfaat produk perusahaan bisa mencegah mereka berpaling kepada pesaing – pesaing pada saat mereka memutuskan mengganti atau memutakhirkan produknya.
5. Menjawab berita negatif, kadang kala kompetisi bukanlah penjualan produk serupa dari perusahaan lainnya. Namun juga bisa dari pihaklain yang mencoba merusak nama baik perusahaan dengan menyebarkan berita negatif-negatif. Memperkenalkan perusahaan pada masyarakat luas dalam hal riset menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen masih belum mengetahui keberadaan perusahaan tersebut.

Salah satu tujuan dari promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.¹⁶

4) Proses Perencanaan Promosi

Perencanaan merupakan bagian yang sangat penting dalam setiap pekerjaan apapun. Perencanaan mencakup hal-hal seperti : menetapkan tujuan yang hendak dicapai, mempertimbangkan alternatif, menilai risiko dan manfaat dari masing-masing alternatif, memutuskan arah tindakan, menetapkan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan. Perencanaan pemasaran secara umum terdiri atas lima elemen utama sebagai berikut .¹⁷

- a) Harus tersedia suatu analisis situasi (*situation analysis*) yang terperinci yang terdiri dari atas hasil audit pemasaran internal (*internal marketing audit*) serta analisis eksternal mengenai faktor-faktor yang memenuhi.
- b) Harus tersedia tujuan pemasaran spesifik yang memberikan arahan dan juga tahapan kerja (*time frame*) bagi pelaksanaan kegiatan

¹⁶ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 155-156.

¹⁷ Morisson, *Op. Cit.*, hlm. 36-37.

pemasaran serta suatu tolak ukur untuk mengukur kinerja yang dicapai.

- c) Harus terdapat keputusan mengenai pemilihan atau seleksi pasar sasaran (*target market*) dan keputusan terhadap empat elemen dalam *marketing mix*.
- d) Harus terdapat program untuk melaksanakan keputusan yang sudah dibuat termasuk keputusan penentuan tugas atau pekerjaan yang akan dilakukan serta bentuk pertanggung jawabannya.
- e) Harus terdapat suatu proses *monitoring*, proses evaluasi terhadap kinerja dan juga proses pemberian umpan balik. Setiap perubahan yang diperlukan dapat dilakukan dalam keseluruhan strategi dan taktik pemasaran.

Bagi program promosi, perencanaan promosi ini merupakan suatu langkah awal dalam melaksanakan promosi. Orang yang bertanggung jawab terhadap kegiatan promosi harus mengetahui peran iklan dan elemen bauran pemasaran lainnya dalam keseluruhan program pemasaran. Dalam melaksanakan perencanaan promosi perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang memang benar-benar kompeten dalam bidang promosi supaya hasil yang diinginkan tercapai.

5. Landasan Hukum Tentang *Marketing* (Pemasaran Syari'ah)

Herman Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula mengatakan:

Pemasaran Syari'ah (*marketing syari'ah*) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, proses

penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) yang sesuai dengan prinsip muamalah-muamalah islami.¹⁸

Dalam bauran pemasaran terdapat empat kebijaksanaan pemasaran yang sering disebut dengan konsep 4 P yaitu : *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (saluran distribusi dan *Promotion* (Promosi).

Dasar hukum dalam konsep *marketing* (pemasaran) terdapat dalam Al- Qur'an surah An – Nisa ayat 29.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*¹⁹

Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut.

¹⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung :mizan, 2006), hlm.25 – 27.

¹⁹ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hlm.89.

Setelah perbankan konvensional berhasil membantu kebutuhan suatu negara akan lembaga keuangan. Berbagai ide untuk mengembangkan suatu lembaga keuangan dengan menggunakan sistem bagi hasil pun muncul sejak lama di negara-negara dengan penduduk mayoritas Muslim. Beberapa pemikir Muslim telah menyampaikan ide tentang perlunya suatu bank Islam, akan tetapi para pemikir Islam pada saat itu belum memberikan uraian yang lebih rinci mengenai konsep perbankan Islam.

Dunia perbankan syariah berupaya untuk mewujudkan suatu lembaga keuangan Islam dengan basis bagi hasil mulai menampilkan bentuknya secara nyata, terutama dengan berdirinya suatu lembaga keuangan yang mengelola dana-dana jemaah haji dengan cara yang tidak sama dengan yang dilakukan oleh lembaga keuangan konvensional. Hal ini terjadi dan dilakukan di Malaysia (dahulu bernama Persekutuan Tanah Melayu) dan juga Pakistan.

B. Dana Pihak Ketiga (DPK)

1) Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana pihak ketiga adalah dana yang diperoleh dari masyarakat itu sendiri dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, koperasi, rumah tangga, yayasan dan lain-lain baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing.

Dana pihak ketiga mengandung resiko yang tinggi dalam artian jika suatu saat nasabah melakukan penarikan dana besar-

besaran (*rush*) maka bank akan kesulitan untuk menyediakan dana tersebut secara cepat.²⁰ Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan pada pasal 1 ayat 5 memberikan pengertian simpanan pada bank adalah sebagai dana yang dipercaya oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.²¹

Sumber dana yang diperoleh pihak ketiga ini memberikan dampak kemampuan dalam memenuhi skala dan volume transaksi yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan laba. Secara teknis yang dimaksud dalam dana pihak ketiga di dalam perbankan syari'ah adalah giro wadiah, tabungan wadiah, deposito mudharabah.

Salah satu sumber dana yang digunakan dalam pembiayaan syari'ah antara lain dana simpanan atau dana dari nasabah (DPK), sehingga semakin besar dana pihak ketiga tersedia maka bank syari'ah akan lebih banyak menawarkan pembiayaan musyarakah. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang bank yang berasal dari titipan atau

²⁰ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta : Kencana, 2010) hlm. 43.

²¹ Undang – Undang Perbankan Tahun 1998 Tentang Perbankan.

penyertaan pihak lain yang sewaktu – waktu dapat ditarik kembali oleh pemiliknya baik sekaligus maupun berangsur-angsur.²²

Berdasarkan defenisi diatas dapat peneliti simpulkan bahwa dana pihak ketiga adalah dana yang bersumber dari masyarakat yang berbentuk simpanan dan dapat meningkatkan laba bagi perusahaan.

Menurut Herman Darmawi dana pihak ketiga adalah :

Bank menawarkan produk simpanan kepada masyarakat dalam menghimpun dananya, dana simpanan (*deposit*) masyarakat merupakan jumlah dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank”.²³

2) Sumber Dana Pihak Ketiga (DPK)

a. Simpanan Giro

Menurut Undang –Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 giro adalah :²⁴“simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perinah pembayaran lainnya dengan cara pemindah bukuan”. Kebutuhan adanya simpanan giro ini tidak hanya semata-mata untuk kepentingan bank, akan tetapi juga untuk melayani kepentingan masyarakat sekarang.

²² Zai’inal Arifin, *Dasar – dasar manajemen syari’ah*, (Jakarta : Alvabeta, 2006) hlm. 47.

²³ Herman darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012), hlm. 45.

²⁴ Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Masyarakat sangat membutuhkan produk giro karena giro adalah uang giral yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Syarat-syarat penarikan cek yang ditetapkan oleh bank untuk menarik sejumlah uang yang diinginkan adalah sebagai berikut :

1. Tersediaanya dana yang cukup.
2. Ada materai yang cukup.
3. Jika ada coretan atau perubahan harus ditanda tanganni oleh si pemilik cek.
4. Jumlah uang yang tertulis daklam angka dengan huruf harus sama.
5. Memerhatikan masa kaladuarsa cek yaitu 70 hari setelah dikeluarkannya cek tersebut.
6. Tanda tangan atau stempel perusahaan harus sama dengan yang di contoh tanda tangan.
7. Dalam keadaan tidak diblokir pihak berwenang.
8. Resi cek yang diberikan kepada pihak nasabah sudah kembali.
9. *Endorsment* Cek benar jika ada.
10. Kondisi cek sempurna tidak cacat.
11. Rekening nasabah belum ditutup.

Giro Syari'ah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip syari'ah. Giro Syaria'ah terbagi dua yaitu giro

berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan giro berdasarkan prinsip *mudharabah*.³⁴

b) Giro *Wadi'ah*

Giro *wadi'ah* adalah simpanan atau titipan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat tanpa pemberitahuan terlebih dulu kepada bank dengan menggunakan media penarikan berupa cek, bilyet giro, kwitansi ataupun alat perintah bayar lainnya. Setiap nasabah giro *wadi'ah* akan memperoleh Laporan Rekening Koran sebagai laporan bank atas penata usahaan simpanan nasabah, baik mutasi debit ataupun mutasi kredit.³⁵

Akad *wadi'ah* adalah akad penitipan dana dengan ketentuan penitip dana mengizinkan kepada bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkan tersebut dan bank wajib mengembalikan apabila sewaktu –waktu penitip dana tersebut mengambil dananya kembali.

Dalam aplikasinya ada giro *wadi'ah* yang memberikan bonus dan ada yang tidak memberikan bonus. Dalam hal ini memberikan bonus karena bank syari'ah menggunakan dana simpanan giro ini untuk tujuan produktif dan menghasilkan

³⁴ Adiwarmar karim, *Bank Islam, Analisis Fiqh dan Keuangan (Edisi Dua)*, (Jakarta : PT. Grafindo persada, 2004), hlm. 265.

³⁵ Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2003), hlm.94.

keuntungan, sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah.

Sedangkan bank syari'ah yang tidak memberikan bonus karena giro ini hanya digunakan untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan yang nyata.³⁶

c) Giro Mudharabah.

Akad mudharabah adalah akad yang digunakan dalam perjanjian antara pihak penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tersebut, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Giro berdasarkan prinsip mudharabah mempunyai ketentuan umum yaitu dalam akad ini bank bertindak sebagai pengelola dana yang dananya tersebut dapat digunakan oleh bank tersebut ke jenis usaha apa saja asalkan tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah.

Dana tersebut harus jelas jumlah nominalnya dan berbentuk tunai. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah pada saat akad, kemudian bank tidak boleh mengurangi nisbah keuntungan yang telah ditetapkan tanpa

³⁶ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), hlm. 114

persetujuan pemilik dana. Perbedaan antara giro *wadi'ah* dengan giro *mudharabah* adalah dalam hal insentif yang diterima oleh nasabah yang dimana dalam giro *Wadi'ah* insentif yang diterima berupa bonus yang suka rela dan tidak disyaratkan dimuka.

Adapun insentif yang diterima oleh nasabah giro *Mudharabah* adalah bagi hasil dalam persentase tertentu yang harus dibayar oleh bank secara periodic sesuai dengan tingkat keuntungan bank syari'ah.³⁷

b. Tabungan

Tabungan syari'ah adalah tabungan yang menggunakan prinsip-prinsip syari'ah dalam segala kegiatan. Tabungan syari'ah ini terbagi dua yaitu tabungan berdasarkan prinsip *Wadi'ah* dan tabungan berdasarkan prinsip *mudharabah*.

Rekening tabungan yang dibuka berdasarkan prinsip *wadi'ah* adalah dalam bentuk *wadi'ah yad dhamanah* artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu – waktu oleh pemiliknya. Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* :

1. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.
2. Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.

³⁷ Rizal yahya, *Op. Cit*, hlm. 109.

3. Bank dapat membebaskan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya– biaya terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.
4. Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.
5. Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.

Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan prinsip *Mudharabah* :

1. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.
2. Bank bertindak sebagai pengelola dana (*Mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*).
3. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
4. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan dari nasabah itu sendiri.

a. Deposito

Menurut Undang – Undang Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan deposito adalah “simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank”.³⁸

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip

³⁸ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 75

syari'ah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu.

Berdasarkan akad yang disepakati dengan mendapatkan bagi hasil dari berbagai pendapatan atau penggunaan dana tersebut secara syari'ah dengan proporsi pembagian yang disepakati.³⁹ Menurut Ismail, deposito dapat dibedakan menjadi 3 jenis yaitu :

(a) Deposito Berjangka.

Deposito berjangka merupakan simpanan berjangka yang dapat dicairkan sesuai dengan jangka yang disepakati. Pemegang deposito berjangka akan mendapat bilyet deposito sebagai bukti hak kepemilikannya. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga artinya di dalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga.

(b) Sertifikat Deposito

Sertifikat deposito merupakan jaminan berjangka yang diterbitkan dengan menggunakan sertifikat sebagai bukti kepemilikan oleh pemegang haknya. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat dan dapat di perjualbelikan atau dipindah tangankan kepada pihak lain.

³⁹ Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I Antoni , *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta Dana Bhakti Wakaf , 1992) hlm. 20

(c) *Deposit On Call*

Deposit On Call adalah jenis simpanan berjangka yang penarikannya perlu memberitahukan terlebih dahulu kepada bank penerbit *deposit on call*. Dasar pencairannya sama dengan deposito berjangka yaitu dengan bilyet *deposit on call* nya. *Deposit On Call* diterbitkan atas nama dan tidak diperjual belikan, bunga dibayar pada saat pencairan.

C. Pengaruh Hubungan Promosi terhadap dana pihak ketiga

Pengaruh promosi merupakan kegiatan yang dapat menghimpun dana pihak ketiga dengan cepat. Di karenakan promosi dilakukan semata- mata untuk menarik naasabah baru dan mempertahankan nasabah lama, memperkenalkan produk baru dan jasa – jasa yang dimiliki oleh bank.

Dalam hal ini promosi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan perolehan dana pihak ketiga (DPK) sebagai sumber modal terbesar dalam operasional bank. Semakin banyak promosi yang dilakukan atau semakin banyak biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank ditujukan untuk meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK).

Semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank, maka akan semakin tinggi perolehan dana pihak ketiga (DPK) dengan semakin besarnya perolehan dana pihak ketiga (DPK) yang berhasil dihimpun maka ini mengindikasikan bahwa bank dimata masyarakat

memiliki citra yang baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan dana pihak ketiga (DPK).

2. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti membuat rujukan dari penelitian – penelitian sebelumnya sebagai landasan penelitian dan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel II.1
Penelitian terdahulu

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hamzah nur	Pengaruh promosi Terhadap Volume penjualan produk gadai di PT. Pegadaian (PERSERO) unit pelayanan syari'ah Sapirok.	Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk gadai yaitu sebesar 90 %.
2	M. Nur Rianto Al arif arif (Jurnal Ekonomi dan Bisnis)	Efektivitas biaya promosi dan biaya Diklat terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syari'ah 2008.	Dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwa secara parsial berdasarkan uji t biaya promosi dan biaya diklat memberikan hasil yang signifikan berpengaruh terhadap peningkatan dana pihak ketiga, uji f yang dilakukan menunjukkan hasil

			yang signifikan, dimana variabel bebas berpengaruh secara bersama - sama terhadap peningkatan dana pihak ketiga.
3	Jefri Hamonangan dan Dyah Nirmalawati (Jurnal <i>National Conference On Management Research</i> 2008)	Efektivitas Promo terhadap peningkatan dana pihak ketiga pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk : Pendekatan <i>Error Correction Model</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan jangka panjang antara variabel dependen (DPK) dengan variabel independen (Biaya promosi) berpengaruh secara signifikan.
4	Fahri Ali dalimunthe (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2015)	Pengaruh biaya promosi terhadap laba di PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK.	Persamaan regresi linear menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara hubungan pengaruh biaya promosi yang dilakukan terhadap laba yang diperoleh oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK.
5	Haidir Harianja (Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2016)	Pengaruh Biaya promosi terhadap total dana pihak ketiga Pada PT. Bank Sumut Syari'ah Cabang Padangsidimpuan.	Dari analisis data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap total dana pihak ketiga pada PT. Bank Sumut Cabang Padangsidimpuan.

Hamzah Nur meneliti tentang pengaruh promosi terhadap volume penjualan produk gadai pada PT. Pegadaian Syari'ah di Sipirok dengan memperoleh hasil yang signifikan jadi beda penelitian ini dengan penelitian Hamzah nur terdapat pada Variabelnya yaitu variabel Y yang dicantumkan oleh Hamzah Nur menggunakan produk gadai sedangkan peneliti menggunakan dana pihak ketiga.

M. Nur Rianto Al arif membahas tentang efektivitas biaya promosi dan biaya diklat dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan *E-Views* dengan variabel penelitian biaya promosi dan Dana pihak ketiga (DPK). Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dengan variabel dependen dimana variabel X nya yaitu promosi dan variabel Y nya Dana Pihak Ketiga.

Jefri Hamonangan dan Dyah Nirmalawati T membahas tentang efektivitas terhadap peningkatan dana pihak ketiga pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk : Pendekatan *error correction model* dengan variabel penelitian ini menggunakan metode *error correction model* yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan jangka panjang antara variabel dependen (DPK) dengan variabel independen (Promosi) yang ditunjukkan dengan *trace statistic* lebih besar dibandingkan nilai kritis pada tingkat keyakinan 5%.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Fahri Ali Dalimunthe terdapat pada variabel Y, yang dimana pada penelitian

Fahri Ali Dalimunthe menggunakan Variabel Y yaitu Peningkatan Laba sedangkan penelitian ini variabel y nya yaitu Dana Pihak Ketiga.

Haidar Harianja meneliti tentang total dana yang dipengaruhi oleh biaya promosi yang hasil penelitiannya terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dengan total dana pihak ketiga, sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah populasi dan sampel serta tempat penelitiannya.

3. Kerangka Pikir

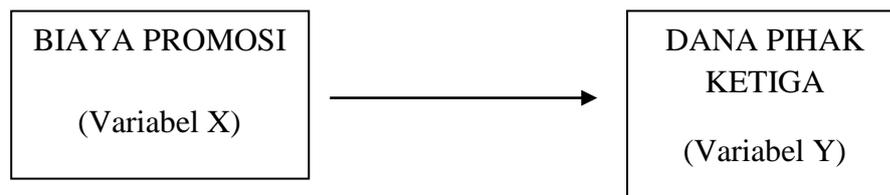
Kerangka pikir merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam kerangka teori. Besarnya jumlah biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank menyebabkan peningkatan dana pihak ketiga (DPK) itu artinya biaya promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan dana pihak ketiga (DPK).

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli. Sedangkan dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini.

Jadi dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh suatu bank atau suatu perusahaan akan berdampak terhadap meningkat atau menurunnya dana pihak ketiga atau apabila

biaya promosi yang dikeluarkan bermasalah akan berdampak buruk terhadap dana pihak yang akan dihimpun oleh suatu bank tersebut.

GAMBAR II.1
Kerangka Berpikir



4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang akan dilakukan.⁴⁰ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Dengan kata lain hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian dan belum dinyatakan sebagai jawaban empiris.⁴¹ Hipotesis terbentuk sebagai hubungan antara dua variabel atau lebih variabel. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1 : Terdapat pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

⁴⁰ Agus irianto, *Statistik dan Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangan* (Jakarta : Kencana, 2012), hlm. 97.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2005), hlm. 51.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman no.130 A Kel.Wek II Kec.Padangsidempuan Utara Kota Padangsidempuan. Sedangkan waktu penelitian ini adalah dibulan April 2017 sampai dengan Oktober 2019.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif Deskriptif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lainnya.¹

Penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, dan bagan, atau gambar dan tampilan

¹ Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2003), hlm. 12

lainnya. Selain data yang berupa angka dalam penelitian kuantitatif juga ada data berupa informasi kualitatif. Penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif yaitu menggambarkan dan menginterpretasikan obyek penelitian secara apa adanya sesuai dengan hasil penelitiannya.²

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian. Menurut Sugiyono populasi adalah “ Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.³

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan pada PT. Bank Syari’ah Mandiri cabang Padangsidempuan dari bulan Januari 2017 sampai dengan Juni 2019. Dalam penelitian ini digunakan laporan promosi dan jumlah dana pihak ketiga perbulan sebanyak 30 bulan.

² Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan , Kompetensi dan Prakteknya*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008) hlm. 157.

³ Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Erlangga, 2009), hlm 12.

b. Sampel

Sampel menurut Suharsimi Arikunto bahwa “Sampel adalah Sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”⁴ atau sampel adalah sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penentuan sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebahagian dari populasi, suatu reduksi terhadap jumlah objek penelitian.⁵

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono *Sampling jenuh* adalah “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”.⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah promosi dan dana pihak ketiga pada PT.

Bank Syari’ah mandiri yang diperoleh dari bulan Januari 2017 sampai dengan Juni 2019 setiap bulannya, sehingga total sampel dalam penelitian ini adalah laporan bulanan promosi dan dana pihak ketiga sebanyak 30 sampel karena sudah dianggap mewakili untuk dilakukan penelitian.

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

⁵ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2007), hlm. 53- 55.

⁶ Sugiyono, *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, Bandung 2012), hlm. 116.

2. Sumber Data.

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu : data primer dan data sekunder, yaitu :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari pegawai dan nasabah PT. Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidempuan mengenai promosi dan Penghimpunan yang dilakukan oleh bank tersebut.
- b. Data Sekunder pada penelitian ini diperoleh dari :
 - 1) Data yang diperoleh langsung dari PT. Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidempuan.
 - 2) Buku-buku yang relevan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Jadi ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu :

- a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan sumber buku-buku, jurnal dan skripsi yang membahas tentang promosi yang mempengaruhi dana pihak ketiga.

- b. Dokumentasi

Dokumentasi data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, notulen rapat dan agenda. Adapun data

dokumentasi sebagai data pendukung yang bersumber dari data sekunder berdasarkan pada laporan keuangan Laporan Bank Syari'ah Mandiri cabang Padangsidimpuan.

a) BiayaPromosi

Menunjukkan berapa banyak jumlah biaya promosi yang mempengaruhi dana pihak ketiga.

b) Dana PihakKetiga =Total tabungan + Total Deposito + Total Giro

Menunjukkan berapa banyak jumlah dana yang diperoleh dari Individu, masyarakat atau badan.

D. Teknik analisis data

Teknik analisis data adalah tehnik yang digunakan untuk mengolah data atau pun hasil peneitian yang akan memperoleh hasil kesimpulan dari penelitian tersebut. Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah metode analisis data dengan bantuan SPSS VERSI 24 (*Software Statistical Product Service Solution*). Tehnik analisis data yang digunakan antara lain :

1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah metode statistik yang menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data, yang pada analisis ini akan ada beberapa cara penyajian data dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram batang dan lingkaran, histogram, serta

penjelasan kelompok melalui modus, mean, median, serta variabel kelompok melalui rentang dan simpangan baku.⁷

Pada penelitian ini hanya akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran tentang jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan data standar deviasi menggunakan SPSS Versi 24.00.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrika. Untuk yang menggunakan analisis parametrika seperti analisis perbandingan 2 rata-rata, analisis variansi satu arah, korelasi, regresi, dan sebagainya, maka perlu dilakukan uji normalitas data terlebih dahulu.

Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Normalitas suatu data penting karena dengan data yang terdistribusikan normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili suatu populasi. Dalam SPSS, uji validitas yang sering digunakan adalah metode uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Untuk metode Kolmogorov-Smirnov, cukup membaca nilai sig (signifikan). Jika signifikan kurang dari 0,05, maka

⁷ Sugioyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hlm. 29

kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Tetapi jika signifikan lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal.

3. Analisis regresi sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat atau dengan kata lain dengan untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel dalam mengetahui variabel terikat. Dalam analisis regresi sederhana, pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Promosi)

x = Variabel bebas (Dana pihak ketiga)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Dalam analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh kedua variabel dapat dilakukan dengan SPSS versi 24.

4. Koefisien Determinasi (uji R^2)

Uji koefisien determinasi ditujukan untuk melihat seberapa besar variabel independen (Promosi) dapat menjelaskan variabel dependen (Dana pihak ketiga) dalam bentuk persentase.⁸ Koefisien determinasi

⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: alfabeta, 2009), hlm. 231.

antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

5. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable independen yaitu promosi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variable dependen yaitu dana pihak ketiga . Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} maka digunakan tingkat signifikan 0,05. Setelah diperoleh t_{hitung} maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga.
- b. Jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga.

Berdasarkan signifikansi :

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan

Bank Syariah Mandiri adalah salah satu lembaga perbankan besar di Indonesia. Bank Syariah Mandiri dibentuk oleh Bank Mandiri, untuk berperan dalam mengembangkan layanan perbankan syariah dikelompok perusahaan bank mandiri, sebagai respon atas berlakunya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 “yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah *dual banking system*.”

Perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan Undang-Undang tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah. Bank Syariah Mandiri hadir, tumbuh dan berkembang sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulannya dan hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju yang lebih baik bersama Bank Syariah Mandiri.¹

Bank Syariah Mandiri didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain. Terutama berkaitan dengan penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau

¹<https://www.syariahamandiri.co.id>. Diakses pada tanggal 03 Maret 2018 pukul 14.30 WIB.

kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Kedekatan nasabah akan diimbangi dengan keterbukaan dalam layanan produk sesuai syariah, modern, dan universal.

Bank Syariah mandiri hadir sejak tahun 1999 setelah terjadi krisis moneter pada tahun 1997-1998. Sejak itu bank ini sudah menggunakan konsep menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas. Pada saat itu krisis sudah mulai masuk disemua aspek. Mulai dari dunia politik nasional, dunia perbankan, dunia usaha dan banyak lainnya, yang secara langsung banyak menimbulkan berbagai dampak negatif pada kehidupan rakyat Indonesia.

Keluarnya UU No. 10 tahun 1998 menjadi titik dimana Bank Mandiri mulai membentuk layanan perbankan syariah. Setelah proses *merger*, Bank Mandiri membentuk tim pengembangan bank syariah untuk membuat layanan transaksi syariah (*dual banking system*).

Undang-Undang ini juga menjadi landasan tim pengembangan perbankan syariah untuk mengubah PT Bank Susila Bakti (BSB) menjadi Bank Syariah. Tim ini mempersiapkan segalanya, mulai dari sistem dan infrastruktur. Seperti yang tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999, Bank ini berubah nama dan menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Setelah itu, keluar Gubernur Bank Indonesia meresmikan perubahan kegiatan usaha BSB dengan dikeluarkannya SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999. "Dengan ini, sistem operasi BSB berubah menjadi

sistem perbankan berbasis syariah. Untuk perubahan nama dari PT Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri juga disetujui melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999”. Akhirnya Bank Syariah Mandiri lahir dan berkuat didunia perbankan Indonesia adalah hari senin 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

Setelah beberapa uraian mengenai Bank Syariah Mandiri secara umum. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan berdiri dan beroperasi pada bulan April 2004 dan diresmikan oleh wakil presiden pada masa itu oleh Bapak Hamzah Haz. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan tumbuh menjadi bank yang memadukan 2 konsep perbankan, yaitu idealisme usaha dan nilai rohani dan perpaduan inilah yang menjadi salah satu nilai lebih dari Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri hadir untuk membangun Indonesia menjadi lebih baik.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri membuat visi dan misi dalam perusahaan untuk dapat melakukan kegiatan perbankan sesuai dengan target atau tujuan yang akan dicapai. Adapun visi dan misi Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

- a) Visi Bank Syariah Mandiri: **“Bank Syariah Terdepan dan Modern”**.

- 1) **Bank Syariah Terdepan:** Menjadi Bank Syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri Perbankan Syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial* dan *corporate*.
 - 2) **Bank Syariah Mandiri Modern:** Menjadi Bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.
- b) Misi Bank Syariah Mandiri: Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen *ritel*. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal, mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat, serta meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Jenis-Jenis Pembiayaan Pada Bank Syariah Mandiri

Cabang Padangsidempuan

Pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan itu dimaksudkan sebagai pemberian dana kepada pihak nasabah untuk dipergunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Nasabah pada umumnya memilih pembiayaan berdasarkan pengetahuan mereka. Informasi dapat melalui brosur, pamphlet, rekan-rekan maupun langsung dari pihak bank itu sendiri misalnya *customer service*.

Terdapat beberapa pembiayaan yang ada pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan yaitu sebagai berikut:

a) Pembiayaan mikro

Pembiayaan jenis ini digunakan oleh pengusaha mikro guna menambah modal, membeli peralatan dan perlengkapan yang dianggap perlu oleh nasabah.

b) Pembiayaan Komersial (BSM Implan)

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

c) Pembiayaan gadai dan cicil emas

Pembiayaan gadai dan cicil emas terobosan Bank Syariah Mandiri ini berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Pembiayaan gadai adalah pembiayaan kepada nasabah yang diberikan dengan menahan sementara emas yang dijadikan barang gadai sampai adanya pelunasan dari pihak nasabah. Sedangkan cicil emas adalah pembiayaan yang akan diperoleh nasabah berupa emas yang akan diserahkan setelah adanya pelunasan dengan cicilan.

d) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan umrah merupakan pembiayaan terbaru dari Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Pembiayaan ini diberikan

untuk nasabah yang secara umum telah memenuhi setiap prosedur yang ada.²

4. Budaya Perusahaan Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap *ahlakul karimah* (budi pekerti mulia) yang terangkum dalam lima sikap dasar yang disingkat SIFAT, yaitu:

a. *Siddiq*

Menjaga martabat dengan integritas. Awali dengan niat hati tulus, berpikir jernih, bicara benar sikap terouji dan perilaku teladan.

b. *Istiqomah*

Konsisten adalah kunci menuju sukses, pegang teguh komitmen, prioptimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.

c. *Fathonah*

Profesional adalah gaykerja kami. Semangat belajar berkelanjutan cerdas, inovatif, terampil dan adil.

Terpercaya karena penuh tanggung jawab menjadi terpercaya, cepat tanggap, objektif, akurat dan disiplin.

d. *Tabligh*

Kepemimpinan berlandaskan kasih sayang. Selalu transparan, membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.

² Wawancara dengan ibu Della Selvia selaku *Customer Service* pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan pada hari jum'at tanggal 12 April 2019

5. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan

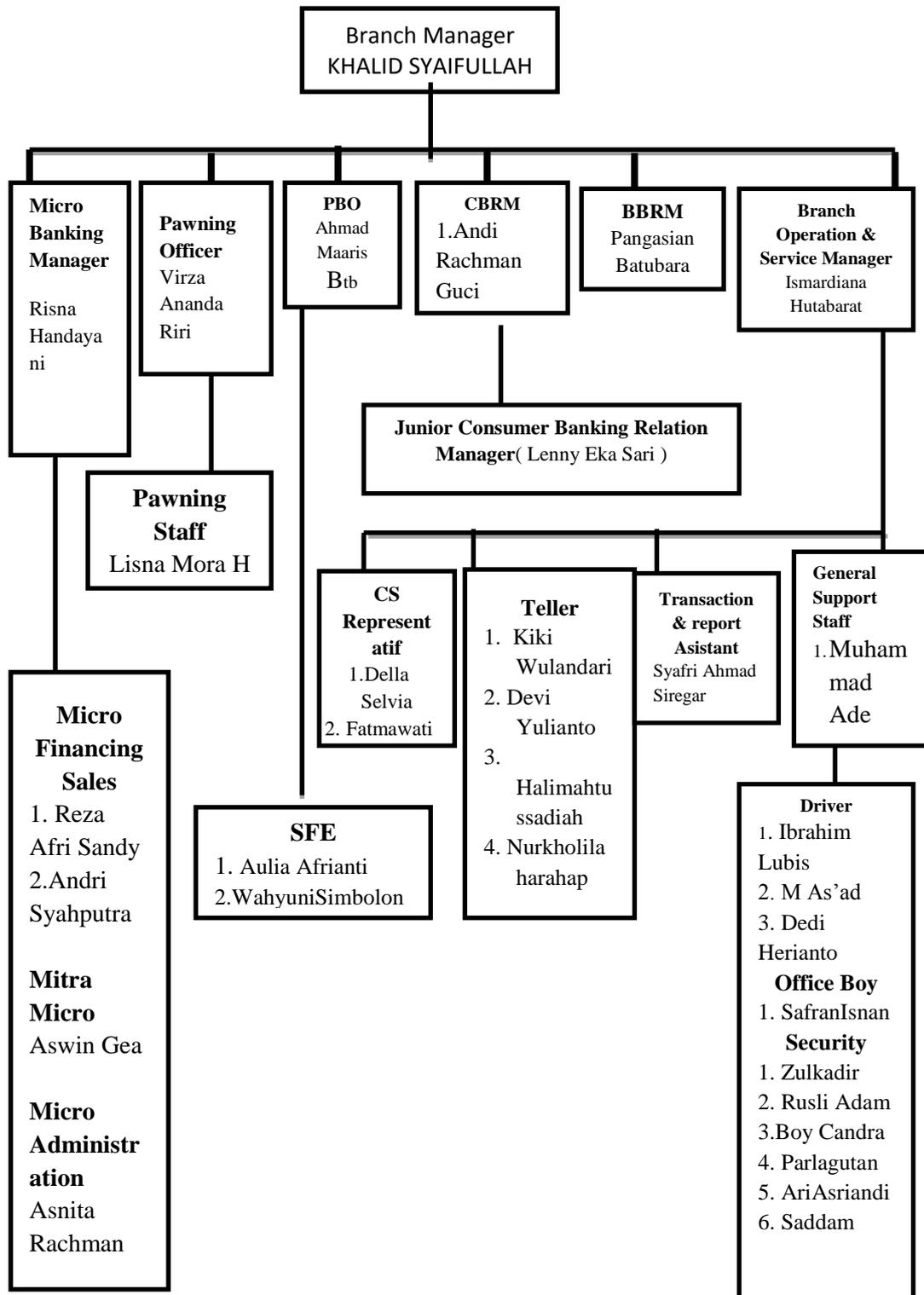
Struktur organisasi merupakan suatu rangka yang memperlihatkan sejumlah tugas dan wewenang masing-masing identitas untuk bersama-sama mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya bertujuan untuk mengkoordinir suatu kelompok yang terdiri dari berbagai staf serta mendayagunakan kemampuan yang ada secara keseluruhan untuk diarahkan kepada tujuan tertentu.

Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, dan tentunya terarah sehingga memudahkan dalam melaksanakan tugas serta tanggung jawab. Sekaligus juga mengantisipasi dinamika perusahaan lingkungan bisnis dan merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memudahkan komunikasi serta kontrol atas semua aktivitas yang bertanggungjawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian.

Perusahaan secara sederhana memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab, baik secara vertikal maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Gambar IV.1

**STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG PADANGSIDIMPUAN**



B. Data Penelitian

Peneliti mendapatkan data dari bank Syari'ah Mandiri Cabang Mandiri Padang Sidempuan, yang disusun dalam bentuk tabel data tersebut yaitu biaya promosi dan jumlah dana pihak ketiga (DPK) dari bulan januari 2017 sampai dengan juni 2019. Oleh karen itu, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh sebagai berikut :

1. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya yang dipergunakan untuk melakukan kegiatan menarik nasabah dalam ruang lingkup perusahaan, juga merupakan biaya yang digunakan dalam proses pemasaran baik perorangan maupun organisasi ataupun perusahaan lainnya. Biaya promosi PT. Bank Syari'ah Cabang Padang Sidempuan periode Januari 2017- Juni 2019 dapat dilihat dari tabel IV.I

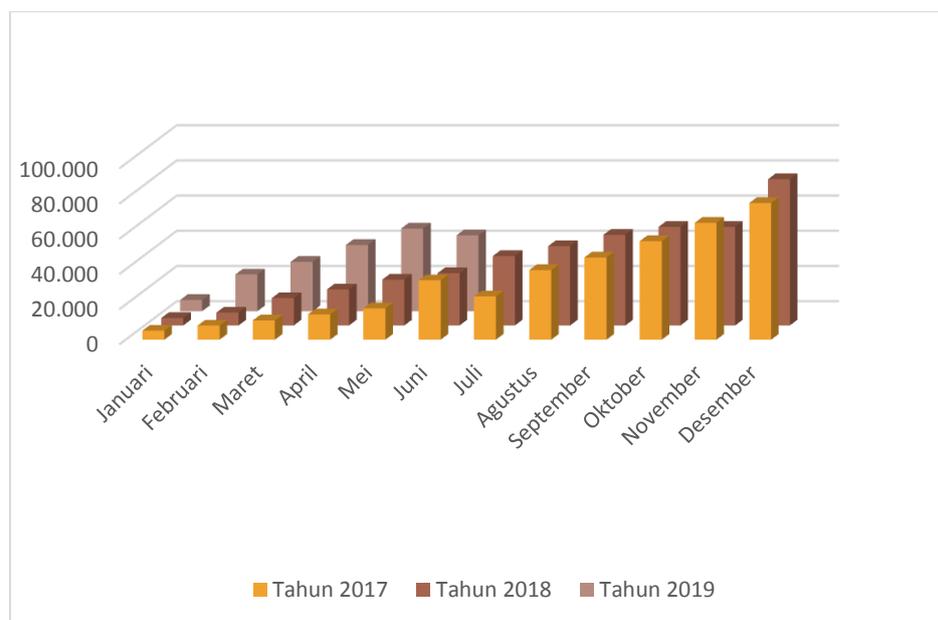
Tabel IV.I
Biaya Promosi
Januari 2017 – Juni 2019
(Jutaan Rupiah)

Bulan	Tahun		
	2017	2018	2019
Januari	5.096	4.176	6.363
Februari	7.988	7.294	20.863
Maret	10.915	15.508	27.992
April	14.365	20.456	37.644
Mei	17.817	26.018	46.969

Juni	33.754	29.667	43.080
Juli	24.533	39.422	
Agustus	39.519	45.014	
September	46.712	51.435	
Oktober	55.956	56.020	
November	66.362	56.010	
Desember	77.695	83.078	

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya promosi mengalami peningkatan dari bulan Januari 2017 ke bulan Juni 2019, untuk lebih jelasnya peneliti membuat gambar biaya promosi yang ada pada gambar IV.2.

Gambar IV.2
Biaya Promosi
Januari 2017 – Juni 2019
(Jutaan Rupiah)



Dari gambar IV.2 dapat kita lihat bahwa biaya promosi dari bulan januari 2017 sampai dengan juni 2019 terus mengalami peningkatan dan mengembangkan perusahaan keuangan tersebut.

2. Dana Pihak Ketiga

Dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang dihimpun dari masyarakat yang menyimpan dananya pada suatu lembaga keuangan yang menggunakan produk penghimpun dana baik produk tabungan, giro, maupun deposito. Jumlah dana pihak ketiga (DPK) pada PT. Bank Syari'ah Mandiri sebagai berikut :

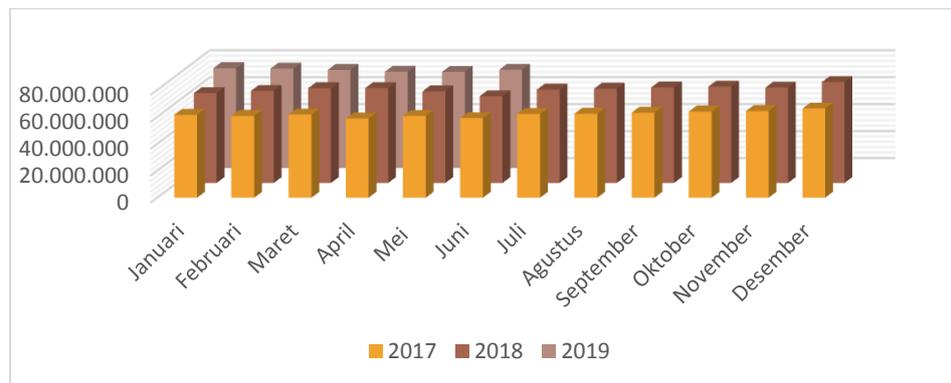
Tabel IV.2
Jumlah Dana Pihak Ketiga
Pada Januari 2017 – Juni 2019

BULAN	2017	2018	2019
Januari	61.566.501	66.746.162	74.269.182
Februari	60.857.647	68.402.980	74.022.919
Maret	61.813.235	70.389.716	73.030.052
April	58.804.812	70.543.526	71.702.899
Mei	60.758.054	68.096.352	71.555.402
Juni	59.084.007	64.456.993	73.175.873
Juli	62.235.901	69.316.693	
Agustus	62.434.444	70.026.650	
September	63.176.068	70.944.040	
Oktober	64.026.693	71.602.589	
November	64.431.071	70.841.667	
Desember	66.273.809	75.016.079	

Sumber PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

Dari tabel IV.2 dapat dilihat bahwa volume penjualan dari tahun ketahun mengalami peningkatan, untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat diagram dibawah ini.

Gambar IV.2
Jumlah Dana Pihak Ketiga
Pada Bula Januari 2017-Juni 2019



Dari Gambar IV.2 dapat kita lihat peningkatan dana pihak ketiga dari bulan Januari 2017 - Juni 2019 dan ini merupakan hasil yang diperoleh bank syari'ah dalam melaksanakan kegiatan promosi dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

C. Hasil Analisis Data

Dalam penelitian menggunakan analisis kuantitatif yang merupakan analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti matematika, model statistik, dan ekonometrik.

1. Statistik Deskriptif

Data statistik deskriptif penelitian ini diperoleh dari data SPSS. Versi 24.0 seperti pada tabel IV.3 berikut ini :

TABEL IV.3
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Promosi	30	4,176	83,078	33,924.03	21,728.901	472145120,700
DPK	30	58,804,812	75,016,079	67,320,667.20	4,973,655.246	24737246510000,000
Valid N (listwise)	30					

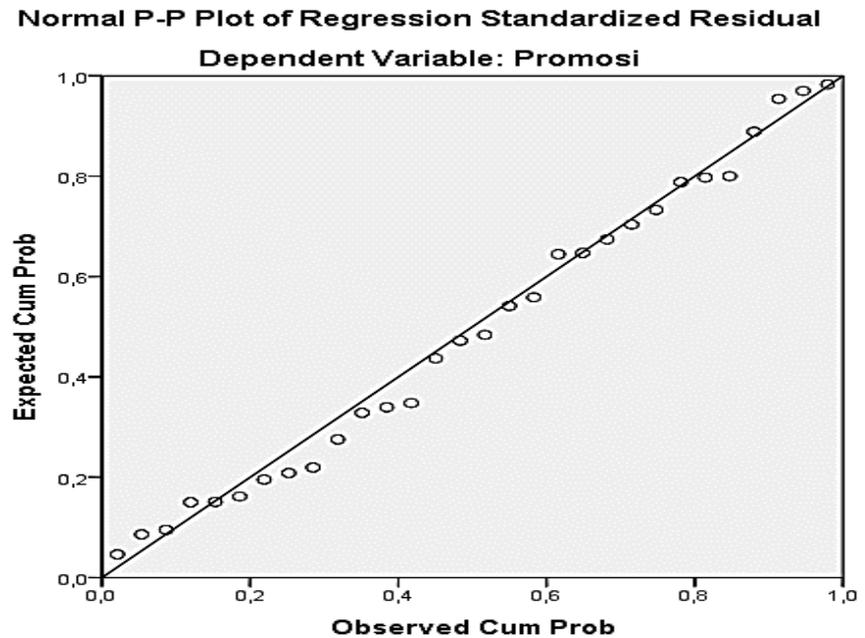
Sumber : *Output* versi 24 data diolah.

Dari tabel IV.3 menunjukkan bahwa variabel X (Promosi) memiliki nilai rata – rata sebesar Rp. 33.924.033, nilai minimumnya mencakup sebesar Rp. 4.176.00., dan nilai maksimumnya sebesar Rp. 83.078,00 yang terjadi pada bulan januari tahun 2017 sampai dengan juni 2019 dengan jumlah data sebanyak 30 data.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari jumlah dana pihak ketiga adalah Rp. 67.320.667.200, dan jumlah minimumnya sebesar Rp. 58.804.812, sedangkan nilai maksimumnya sebesar Rp. 75.016.079. Dari data deskriptif yang diperoleh baik data promosi maupun data dana pihak ketiga menunjukkan peningkatan dana yang diperoleh oleh bank Syari'ah Mandiri.

2. Uji Normalitas

Gambar IV.3
Hasil Uji P-Plot



Sumber: Hasil output SPSS. Versi 24.0

Dari hasil output SPSS yang ditunjukkan pada gambar IV.3 Hasil Uji P-Plot *normal p-plot* tersebut, maka dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekuta garis dan mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residul telah memenuhi asumsi normalitas. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residul normal atau tidak dengan nilai signifikan lebih dari 0,05.

TABEL IV. 4
Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
		Promosi	DPK
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33,924.0333	67,320,66 7.2000
	Std. Deviation	21,728.90059	4,973,655. 24600
Most Extreme Differences	Absolute	,093	,140
	Positive	,093	,118
	Negative	-,085	-,140
Test Statistic		,093	,140
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,137 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber : Hasil output SPSS Versi, 24.0

Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari data Variabel X (promosi) sebesar 0,200 dan nilai signifikan dari data variabel Y (dana pihak ketiga) sebesar 0,137 jadi nilai signifikan data variabel X dan variabel Y yang diperoleh dari data *output* SPSS di atas menunjukkan lebih besar dari 0,05 sehingga nilai residul yang diperoleh normal.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil *Out put* yang diperoleh oleh dari dana pihak ketiga dapat dilihat pada hasil *out put* SPSS yang berada pada pada tabel IV.5

TABEL IV. 5
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant) B	6521291 1,000	1669093, 738		39,07 1	,000
	promosi	62,132	41,633	,271	1,492	,147

a. Dependent Variable: DPK

Berdasarkan hasil tabel IV.7 pada kolom *Unstandardized Coefisients* dan B menyatakan nilai regresi dengan $a = 65212911,00$ dan $b = 62,132$ dan $e = 16690$, sehingga menghasilkan persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = a + bx + e$$

$$DPK = 65212911,00 + 62,132 \text{ Promosi} + 16690$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa :

- a. Konstanta (a) sebesar 65212911,00 : artinya jika tingkat biaya promosi nilainya adalah 0, maka DPK nilainya 62,132 (dalam jutaan rupiah).
- b. Koefisien (b) sebesar 62,132 variabel promosi : artinya setiap terjadi kenaikan Rp.1 variabel biaya promosi, maka DPK akan mengalami kenaikan sebesar Rp. 62,132 (dalam jutaan rupiah).

4. Uji Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentasi antara variabel promosi terhadap dana pihak ketiga yang dapat dilihat pada hasil *out put* SPSS yang berada pada tabel IV.6

TABEL IV. 6
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,271 ^a	,074	,041	4,871,651.013
a. Predictors: (Constant), promosi				
b. Dependent Variable: DPK				

Dari hasil tabel IV.6 diatas diperoleh nilai R sebesar 0,271 menunjukkan bahwa hubungan antara biaya promosi dan dana pihak ketiga kurang kuat, sedangkan R *Square* sebesar 0,074. Hal ini berarti 0,074 pertambahan jumlah total dana pihak ketiga dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu biaya promosi.

Sedangkan sisanya sebesar 99,26 dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi, sedangkan *standart error of estimate* sebesar 4,871,651,013, semakin kecil *standarterror of estimate* akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen (dana pihak ketiga).

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk melihat kesignifikasian hubungan variabel promosi dan dana pihak ketiga dapat dilihat pada hasil *out put* SPSS yang berada pada tabel IV.7

TABEL IV.7
Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65212911,000	1669093,738		39,071	,000
	promosi	62,132	41,633	,271	1,492	,147

a. Dependent Variable: DPK

Berdasarkan tabel tabel IV.10 diketahui bahwa $t_{hitung} = 1,492$, untuk mencari t_{tabel} tersebut diuji pada taraf signifikan 0,05 (5%) dengan $df = n-k-1$ ($30-1-1 = 28$). Jadi dapat dilihat pada tabel distribusi t pada kolom 3 baris ke 28 ke bawah $t_{tabel} = 1,70113$.

Hasil analisis data uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,492 < 1,70113$ jadi kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpian periode Januari 2017 sampai dengan Juni 2019.

D. Pembahasan Hasil Analisis

Penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga Pada PT. Bank Syari'ah Cabang Padangsidimpuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 24 diketahui bahwa:

1. Pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Secara Parsial variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga dimana R sebesar 0,074 dana pihak ketiga dipengaruhi oleh promosi dan 99,26 dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Sesuai dengan pernyataan Henry Simamora yang menyatakan bahwa kegiatan bauran promosi merupakan pilihan alat promosi yang memacu penjualan dalam meningkatkan dana pihak ketiga dan mengatasi persaingan bisnis pada perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang digunakan oleh saudara Haidar Harianja menyatakan bahwa nilai promosi (X) sebesar 0,516 dan dana pihak ketiga (Y), yang artinya jika biaya promosi mengalami kenaikan 1 maka total dana pihak ketiga mengalami kenaikan sebesar 0,516 maka promosi memiliki hubungan yang signifikan terhadap dana pihak ketiga. Pada jurnal penelitian Lola Fitria Sari juga menyatakan arah hubungan yang searah, dimana kenaikan atau penurunan biaya promosi akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan penghimpunan dana pihak ketiga.

2. Pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

Pada penelitian ini Uji Hipotesis yang dilakukan pada data spss dimana nilai $t_{hitungnya}$ sebesar 1,492 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,701 maka kesimpulannya adalah H_0 diterima dan H_1 ditolak ini berarti promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga

Sesuai dengan pernyataan M. Nur Rianto promosi adalah salah satu kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bak berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun langsung.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh N. Dane pada jurnal penelitian yang ditelitinya dimana pada penelitiannya variabel Y yang ditelitinya adalah nilai penjualan sedangkan pada penelitian ini variabel Y nya adalah dana pihak ketiga, yang sama hanyalah variabel X nya yaitu sama-sama pengaruh promosi.

E. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit dicapai karena dalam melakukan penelitian ini adanya berbagai keterbatasan, namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan saja dan menggunakan data yang diberikan oleh pegawai-pegawai tertentu. Pada saat penelitian diperusahaan ini adanya kendala dengan penanda tangan

riset oleh pimpinan yang dimana pada saat itu pimpinan Bank Syari'ah Mandiri pada saat itu sedang ke kantor Cabang Medan.

2. Keterbatasan dalam ruang lingkup waktu yang sudah ditentukan oleh pihak PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan dan waktu pertemuan dengan pegawai dibatasi oleh pegawai yang bersangkutan.
3. Keterbatasan peneliti pada penelitian ini membahas variabel promosi dan variabel dana pihak ketiga yang diperoleh dari laporan keuangan bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan data uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,492 < 1,70113$ jadi kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan periode Januari 2017 sampai dengan Juni 2019.

Sedangkan *R square* sebesar 0,074 pertambahan jumlah dana pihak ketiga dapat dijelaskan oleh promosi dan sisanya 99,26% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Sehingga promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan nilai dana pihak ketiga.

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan” adalah promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan nilai dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan peneliti setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank agar lebih memperhatikan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi promosi terhadap dana pihak ketiga agar dapat bersaing di masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpuan data uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,492 < 1,70113$ jadi kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidimpian periode Januari 2017 sampai dengan Juni 2019.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya dapat memberikan informasi dan referensi serta menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama. Dan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan dan untuk kemajuan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Daftar Pustaka

- Adi Warman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2004.
- Agus Irianto, *Statistik dan Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangan*, Jakarta : Kencana, 2012
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2003.
- Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2002
- Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta : PT. Insan Media Pustaka, 2013
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2014
- Henry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemene Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung Pustaka Setia, 2013
- Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta : Empat, 2000
- Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakit Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung : Mizan, 2006.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011
- Ismail, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta : Kencana, 2011
- Ismail, *Manajemen dan Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta : Kencana, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2012
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2007
- Morisson, *Periklanan komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Kencana, 2012
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2008
- M. Fuad. dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Pustaka Umum, 2005

- M. Nur Rianto, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung : Alfabeta, 2012
- Rizal Yahya, dkk. *Akuntansi Perbankan Syari'ah Edisi 2*, Jakarta : Salemba Empat, 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2005
- Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013
- Wawancara dengan *Customer Service* dan *Marketing* pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan, pada hari Kamis, 24 Agustus 2017 pukul 15.15 WIB.
- Wawancara dengan *Customer Service* dan *Marketing* Pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Padangsidempuan, pada Hari 29 Agustus 2017 pukul 16.15 WIB
- Za'inal Arifin, *Dasar – Dasar Manajemen Syari'ah*, Jakarta : Alfabeta, 2006.
- Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, Jakarta : Zikrul Hakim, 2003.

Sumber Lainnya :

Jefri Hamonangan dan Dyah Nirmalawati “ Efektivitas biaya promosi dan biaya diklat terhadap penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah” Jurnal : ekonomi dan bisnis islam,2008.

Lola Fitria Sari “ Analisis penghimpun dana pihak ketiga dilihat dari promosi pada bank PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang” Jurnal : Keuangan Berbasis Penelitian, 2014.

N. Dane “ Analisis pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan produk pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja” jurnal : Manajemen Agribisnis.

Haidar Harianja “ Analisis Pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga pada PT. Bank SUMUT cabang Padangsidimpuan.”Skripsi : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
DESCRIPTIVES VARIABLES=PROMOSI DPK
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

```

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROMOSI	30	4176,00	83078,00	33924,0333	21728,90059
DPK	30	58804812,00	75016079,00	67320667,2000	4973655,24600
Valid N (listwise)	30				

Statistics

Promosi

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		33,924.0333
Median		31,710.5000
Mode		4,176.00 ^a
Std. Deviation		21,728.90059
Variance		472145120,700
Range		78,902.00
Minimum		4,176.00
Maximum		83,078.00
Percentiles	25	15,222.2500
	50	31,710.5000

75

48,085.5000

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,176.00	1	3,3	3,3	3,3
	5,096.00	1	3,3	3,3	6,7
	6,363.00	1	3,3	3,3	10,0
	7,294.00	1	3,3	3,3	13,3
	7,988.00	1	3,3	3,3	16,7
	10,915.00	1	3,3	3,3	20,0
	14,365.00	1	3,3	3,3	23,3
	15,508.00	1	3,3	3,3	26,7
	17,817.00	1	3,3	3,3	30,0
	20,456.00	1	3,3	3,3	33,3
	20,863.00	1	3,3	3,3	36,7
	24,533.00	1	3,3	3,3	40,0
	26,018.00	1	3,3	3,3	43,3
	27,992.00	1	3,3	3,3	46,7
	29,667.00	1	3,3	3,3	50,0
	33,754.00	1	3,3	3,3	53,3
	37,644.00	1	3,3	3,3	56,7
	39,422.00	1	3,3	3,3	60,0

39,519.00	1	3,3	3,3	63,3
43,080.00	1	3,3	3,3	66,7
45,014.00	1	3,3	3,3	70,0
46,712.00	1	3,3	3,3	73,3
46,969.00	1	3,3	3,3	76,7
51,435.00	1	3,3	3,3	80,0
55,956.00	1	3,3	3,3	83,3
56,010.00	1	3,3	3,3	86,7
56,020.00	1	3,3	3,3	90,0
66,362.00	1	3,3	3,3	93,3
77,695.00	1	3,3	3,3	96,7
83,078.00	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistics

DPK

N	Valid	30
	Missing	0
Mean	67,320,667.2000	
Median	68,249,666.0000	
Mode	58,804,812.00 ^a	

Std. Deviation		4,973,655.24600
Variance		2473724651000 0,000
Range		16,211,267.00
Minimum		58,804,812.00
Maximum		75,016,079.00
Percentiles	25	62,389,308.2500
	50	68,249,666.0000
	75	71,567,198.7500

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

DPK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58,804,812.00	1	3,3	3,3	3,3
	59,084,007.00	1	3,3	3,3	6,7
	60,758,054.00	1	3,3	3,3	10,0
	60,857,647.00	1	3,3	3,3	13,3
	61,566,501.00	1	3,3	3,3	16,7
	61,813,235.00	1	3,3	3,3	20,0
	62,253,901.00	1	3,3	3,3	23,3
	62,434,444.00	1	3,3	3,3	26,7
	63,176,068.00	1	3,3	3,3	30,0
	64,026,693.00	1	3,3	3,3	33,3
	64,431,071.00	1	3,3	3,3	36,7
	64,456,993.00	1	3,3	3,3	40,0

66,273,809.00	1	3,3	3,3	43,3
66,746,162.00	1	3,3	3,3	46,7
68,096,352.00	1	3,3	3,3	50,0
68,402,980.00	1	3,3	3,3	53,3
69,316,693.00	1	3,3	3,3	56,7
70,026,650.00	1	3,3	3,3	60,0
70,389,716.00	1	3,3	3,3	63,3
70,543,526.00	1	3,3	3,3	66,7
70,841,667.00	1	3,3	3,3	70,0
70,944,040.00	1	3,3	3,3	73,3
71,555,402.00	1	3,3	3,3	76,7
71,602,589.00	1	3,3	3,3	80,0
71,702,899.00	1	3,3	3,3	83,3
73,030,052.00	1	3,3	3,3	86,7
73,175,873.00	1	3,3	3,3	90,0
74,022,919.00	1	3,3	3,3	93,3
74,269,182.00	1	3,3	3,3	96,7
75,016,079.00	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Promosi	DPK
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33,924.0333	67,320,667.200
			0

	Std. Deviation	21,728.90059	4,973,655.2460
			0
Most Extreme Differences	Absolute	,093	,140
	Positive	,093	,118
	Negative	-,085	-,140
Test Statistic		,093	,140
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,137 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-45909,519	53635,793		-,856	,399
	DPK	,001	,001	,271	1,492	,147

- a. Dependent Variable: PROMOSI

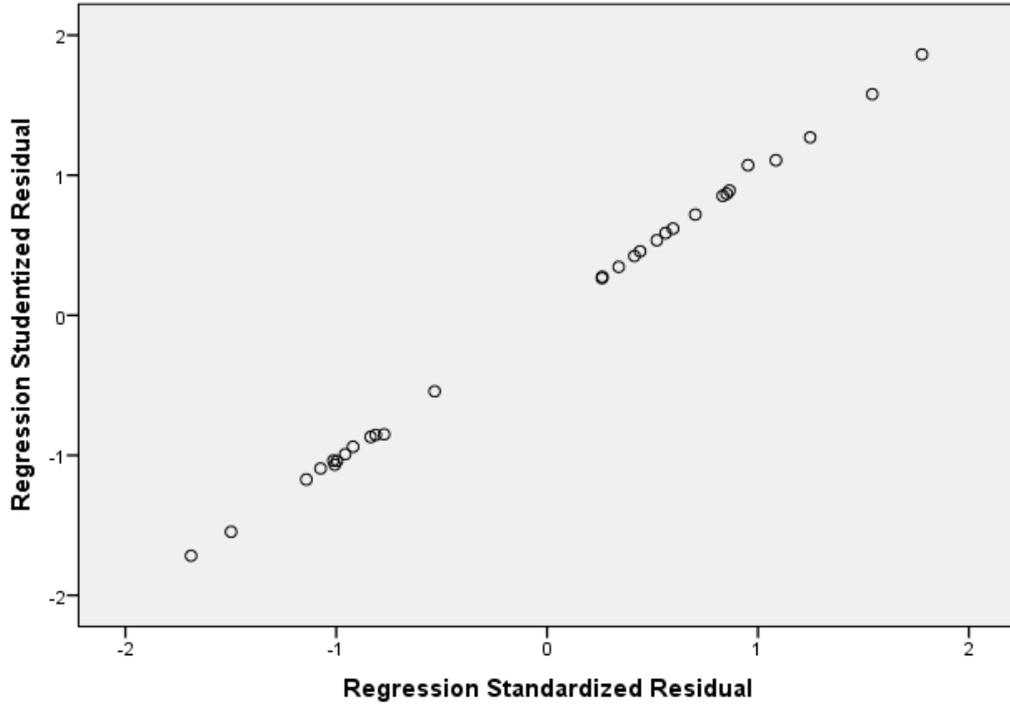
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23825,3379	43049,7891	33924,0333	5898,10801	30
Residual	-35801,06641	45012,40234	,00000	20913,09261	30
Std. Predicted Value	-1,712	1,547	,000	1,000	30
Std. Residual	-1,682	2,115	,000	,983	30

- a. Dependent Variable: PROMOSI

Scatterplot

Dependent Variable: DPK



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DPK ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: PROMOSI

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,271 ^a	,074	,041	1322364,36500

a. Predictors: (Constant), DPK

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5285660817000 0,000	1	528566081700 00,000	2,227	,147 ^b
	Residual	6645235405000 00,000	28	237329835900 00,000		
	Total	7173801487000 00,000	29			

a. Dependent Variable: DPK

b. Predictors: (Constant), promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65212911,000	1669093,738		39,071	,000
	promosi	62,132	41,633	,271	1,492	,147

a. Dependent Variable: DPK

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	promosi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: dpk

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,271 ^a	,074	,041	4,871,651.013

a. Predictors: (Constant), promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5285660817000 0,000	1	528566081700 00,000	2,227	,147 ^b
	Residual	6645235405000 00,000	28	237329835900 00,000		
	Total	7173801487000 00,000	29			

a. Dependent Variable: dpk

b. Predictors: (Constant), promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65212911,000	1669093,738		39,071	,000
	promosi	62,132	41,633	,271	1,492	,147

a. Dependent Variable: dpk

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Desember 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Des 2017
ASET		
1.	Kas	1.135.610
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	14.391.293
3.	Penempatan Pada Bank Lain	702.715
4.	Tagihan Spot dan Forward	-
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	10.255.556
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	-
7.	Tagihan Akseptasi	98.554
8.	Piutang	38.644.867
	a. Piutang Murabahah	54.783.980
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	18.773.555
	c. Piutang Istishna'	3.520
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	376
	e. Piutang Qardh	2.617.592
	f. Piutang Sewa	13.706
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	21.038.964
	a. Mudharabah	3.398.751
	b. Musyarakah	17.640.213
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	787.770
	a. Aset Ijarah	1.207.705
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	419.935
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.958.162
	a. Individual	759.399
	b. Kolektif	1.198.763
13.	Aset Tidak Berwujud	218.734
	Akumulasi Amortisasi -/-	167.117
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	1.994.403
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.217.403
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	-
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	-
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	272.709
24.	Aset Lainnya	1.690.950
TOTAL ASET		87.939.774

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	11.629.334
	a. Giro	8.435.776
	b. Tabungan	3.193.558
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	66.273.809
	a. Giro	525.284
	b. Tabungan	28.200.736
	c. Deposito	37.547.789
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	653.525
5.	Liabilitas <i>Spot dan Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	98.554
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	20.416
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.574.895
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		80.625.533

2.	Beban Operasional Lainnya	5.581.638
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	66.691
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	14
	i. Surat Berharga	14
	ii. <i>Spot dan Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot dan Forward (Realised)</i>	231
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	2.205.414
	i. Surat Berharga	2.538
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	1.012.609
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	1.081.776
	iv. Aset Keuangan Lainnya	108.491
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	4.408
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ Provisi/ <i>Fee</i> dan Administrasi	15.624
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	17.700
	j. Beban Tenaga Kerja	1.922.849
	k. Beban Promosi	77.695
	l. Beban Lainnya	1.271.012

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Oktober 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Okt 2017
ASET		
1.	Kas	989.184
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.793.966
3.	Penempatan Pada Bank Lain	270.303
4.	Tagihan <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	16
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	9.934.931
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (<i>reverse repo</i>)	-
7.	Tagihan Akseptasi	56.385
8.	Piutang	38.539.004
	a. Piutang <i>Murabahah</i>	55.190.871
	b. Pendapatan Margin <i>Murabahah</i> Yang Ditangguhkan -/-	18.756.909
	c. Piutang <i>Istishna'</i>	4.257
	d. Pendapatan Margin <i>Istishna'</i> Yang Ditangguhkan -/-	380
	e. Piutang <i>Qardh</i>	2.087.434
	f. Piutang Sewa	13.731
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	18.934.469
	a. <i>Mudharabah</i>	3.375.133
	b. <i>Musyarakah</i>	15.559.336
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	818.441
	a. Aset <i>Ijarah</i>	1.218.102
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	399.661
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.742.986
	a. Individual	509.346
	b. Kolektif	1.233.640
13.	Aset Tidak Berwujud	211.877
	Akumulasi Amortisasi -/-	161.012
14.	<i>Salam</i>	-
15.	Aset <i>Istishna'</i> Dalam Penyelesaian	-
	Termin <i>Istishna'</i> -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.031.410
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.267.667
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	150.088
24.	Aset Lainnya	1.722.440
TOTAL ASET		83.331.180

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	9.936.991
	a. Giro	6.970.510
	b. Tabungan	2.966.481
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	64.026.335
	a. Giro	218.063
	b. Tabungan	26.271.338
	c. Deposito	37.536.934
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	541.196
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	56.385
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.955
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.695.958
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		76.653.820

2.	Beban Operasional Lainnya	4.627.019
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	56.665
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	13
	i. Surat Berharga	13
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	1.769.875
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	639.433
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	983.028
	iv. Aset Keuangan Lainnya	147.414
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.765
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ Provisi/ <i>Fee</i> dan Administrasi	13.591
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	34.000
	j. Beban Tenaga Kerja	1.650.486
	k. Beban Promosi	55.956
	l. Beban Lainnya	1.040.668

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 November 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Nov 2017
ASET		
1.	Kas	968.378
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.317.856
3.	Penempatan Pada Bank Lain	596.106
4.	Tagihan <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	35
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	10.485.963
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (<i>reverse repo</i>)	-
7.	Tagihan Akseptasi	59.371
8.	Piutang	38.736.950
	a. Piutang <i>Murabahah</i>	55.447.307
	b. Pendapatan Margin <i>Murabahah</i> Yang Ditangguhkan -/-	19.026.787
	c. Piutang <i>Istishna'</i>	4.224
	d. Pendapatan Margin <i>Istishna'</i> Yang Ditangguhkan -/-	378
	e. Piutang <i>Qardh</i>	2.299.817
	f. Piutang Sewa	12.767
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.075.085
	a. <i>Mudharabah</i>	3.523.676
	b. <i>Musyarakah</i>	15.551.409
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	798.133
	a. Aset <i>Ijarah</i>	1.203.737
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	405.604
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.716.803
	a. Individual	584.553
	b. Kolektif	1.132.250
13.	Aset Tidak Berwujud	212.051
	Akumulasi Amortisasi -/-	164.016
14.	<i>Salam</i>	-
15.	Aset <i>Istishna'</i> Dalam Penyelesaian	-
	Termin <i>Istishna'</i> -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.021.755
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.258.355
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	-
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	-
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	140.507
24.	Aset Lainnya	1.642.983
TOTAL ASET		83.966.330

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 November 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Nov 2017
ASET		
1.	Kas	968.378
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.317.856
3.	Penempatan Pada Bank Lain	596.106
4.	Tagihan Spot dan Forward	35
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	10.485.963
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	-
7.	Tagihan Akseptasi	59.371
8.	Piutang	38.736.950
	a. Piutang Murabahah	55.447.307
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	19.026.787
	c. Piutang Istishna'	4.224
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	378
	e. Piutang Qardh	2.299.817
	f. Piutang Sewa	12.767
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.075.085
	a. Mudharabah	3.523.676
	b. Musyarakah	15.551.409
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	798.133
	a. Aset Ijarah	1.203.737
	b. Akumulasi Penyusutan / Amortisasi -/-	405.604
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.716.803
	a. Individual	584.553
	b. Kolektif	1.132.250
13.	Aset Tidak Berwujud	212.051
	Akumulasi Amortisasi -/-	164.016
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.021.755
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.258.355
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	-
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	-
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	140.507
24.	Aset Lainnya	1.642.983
TOTAL ASET		83.966.330

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	10.016.459
	a. Giro	6.979.850
	b. Tabungan	3.036.609
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	64.631.071
	a. Giro	218.421
	b. Tabungan	26.742.606
	c. Deposito	37.670.044
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	549.858
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	59.371
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.499
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.605.179
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		77.258.437

2.	Beban Operasional Lainnya	5.150.671
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	61.049
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	14
	i. Surat Berharga	14
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	229
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	2.021.164
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	715.843
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	1.134.483
	iv. Aset Keuangan Lainnya	170.838
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.766
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	15.367
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	19.000
	j. Beban Tenaga Kerja	1.797.735
	k. Beban Promosi	66.362
	l. Beban Lainnya	1.163.985

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 September 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Sept 2017
ASET		
1.	Kas	956.108
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.821.301
3.	Penempatan Pada Bank Lain	464.747
4.	Tagihan Spot dan Forward	98
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	10.005.909
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	152.050
7.	Tagihan Akseptasi	57.094
8.	Piutang	37.953.146
	a. Piutang Murabahah	54.048.823
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	18.169.885
	c. Piutang Istishna'	4.271
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	381
	e. Piutang Qardh	2.055.546
	f. Piutang Sewa	14.772
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.712.604
	a. Mudharabah	3.593.178
	b. Musyarakah	16.119.426
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	837.623
	a. Aset Ijarah	1.231.031
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	393.408
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.710.474
	a. Individual	559.916
	b. Kolektif	1.150.558
13.	Aset Tidak Berwujud	210.947
	Akumulasi Amortisasi -/-	157.969
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.028.228
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.257.587
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	158.482
24.	Aset Lainnya	1.804.710
TOTAL ASET		84.087.348

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	11.574.650
	a. Giro	8.685.435
	b. Tabungan	2.889.215
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	63.176.068
	a. Giro	257.856
	b. Tabungan	26.103.529
	c. Deposito	36.814.683
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	599.260
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	57.094
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.924
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.633.540
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		77.437.536

2.	Beban Operasional Lainnya	3.822.134
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	50.760
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	9
	i. Surat Berharga	9
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	1.316.728
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	702.096
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	502.630
	iv. Aset Keuangan Lainnya	112.002
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.750
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	13.022
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
	j. Beban Tenaga Kerja	1.463.005
	k. Beban Promosi	46.712
	l. Beban Lainnya	926.148

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Agustus 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL 31 Agust 2017
ASET		
1.	Kas	1.018.940
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	10.100.287
3.	Penempatan Pada Bank Lain	789.149
4.	Tagihan Spot dan Forward	11
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	9.609.621
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	1.382.502
7.	Tagihan Akseptasi	88.748
8.	Piutang	37.403.122
	a. Piutang Murabahah	53.302.736
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.942.122
	c. Piutang Istishna'	4.291
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	383
	e. Piutang Qardh	2.023.633
	f. Piutang Sewa	14.967
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.383.420
	a. Mudharabah	3.684.118
	b. Musyarakah	15.699.302
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	852.879
	a. Aset Ijarah	1.239.401
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	386.522
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.503.895
	a. Individual	416.460
	b. Kolektif	1.087.435
13.	Aset Tidak Berwujud	206.686
	Akumulasi Amortisasi -/-	155.069
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.027.970
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.246.169
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	165.388
24.	Aset Lainnya	1.623.679
TOTAL ASET		81.797.600

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	10.144.702
	a. Giro	7.273.917
	b. Tabungan	2.870.785
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	62.434.444
	a. Giro	252.759
	b. Tabungan	25.930.074
	c. Deposito	36.251.611
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	613.441
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	88.748
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.604
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.500.509
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		75.178.448

2.	Beban Operasional Lainnya	3.372.953
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	44.048
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	13
	i. Surat Berharga	13
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	1.179.974
	i. Surat Berharga	(368)
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	561.392
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	480.476
	iv. Aset Keuangan Lainnya	138.474
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.750
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	9.722
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
	j. Beban Tenaga Kerja	1.276.242
	k. Beban Promosi	39.519
	l. Beban Lainnya	817.685

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Juli 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Juli 2017
ASET		
1.	Kas	1.187.190
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	10.911.922
3.	Penempatan Pada Bank Lain	650.165
4.	Tagihan Spot dan Forward	35
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	9.279.072
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	1.565.267
7.	Tagihan Akseptasi	223.920
8.	Piutang	37.827.838
	a. Piutang Murabahah	53.585.657
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.790.677
	c. Piutang Istishna'	4.313
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	385
	e. Piutang Qardh	2.016.198
	f. Piutang Sewa	12.732
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.177.851
	a. Mudharabah	3.650.996
	b. Musyarakah	15.526.855
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	866.466
	a. Aset Ijarah	1.234.740
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	368.274
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.620.444
	a. Individual	500.710
	b. Kolektif	1.119.734
13.	Aset Tidak Berwujud	205.901
	Akumulasi Amortisasi -/-	152.169
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.038.455
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.244.922
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	169.583
24.	Aset Lainnya	1.810.652
TOTAL ASET		82.947.113

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	11.393.972
	a. Giro	8.542.983
	b. Tabungan	2.850.989
2.	Dana Investasi Non Profit Sharing	62.253.901
	a. Giro	248.617
	b. Tabungan	25.819.477
	c. Deposito	36.185.807
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	591.992
5.	Liabilitas Spot dan Forward	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	223.920
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.633
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.496.116
13.	Dana Investasi Profit Sharing	-
TOTAL LIABILITAS		76.356.534

2.	Beban Operasional Lainnya	2.946.385
	a. Beban Bonus Wadiah	39.196
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	14
	i. Surat Berharga	14
	ii. Spot dan Forward	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset Ijarah	-
	d. Kerugian Transaksi Spot dan Forward (Realised)	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (Impairment)	1.060.920
	i. Surat Berharga	3.743
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	523.619
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	418.535
	iv. Aset Keuangan Lainnya	115.023
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.699
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan Equity Method	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	7.847
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
	j. Beban Tenaga Kerja	1.091.327
	k. Beban Promosi	33.754
	l. Beban Lainnya	707.628

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 Juni 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Juni 2017
ASET		
1.	Kas	1.558.247
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	9.161.462
3.	Penempatan Pada Bank Lain	2.065.383
4.	Tagihan <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	10
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	9.698.993
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (<i>reverse repo</i>)	-
7.	Tagihan Akseptasi	257.626
8.	Piutang	38.004.661
	a. Piutang <i>Murabahah</i>	53.695.744
	b. Pendapatan Margin <i>Murabahah</i> Yang Ditangguhkan -/-	17.775.494
	c. Piutang <i>Istishna'</i>	4.333
	d. Pendapatan Margin <i>Istishna'</i> Yang Ditangguhkan -/-	387
	e. Piutang <i>Qardh</i>	2.069.320
	f. Piutang Sewa	11.145
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	18.967.173
	a. <i>Mudharabah</i>	3.503.390
	b. <i>Musyarakah</i>	15.463.783
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	883.043
	a. Aset <i>Ijarah</i>	1.233.436
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	350.393
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.721.354
	a. Individual	482.463
	b. Kolektif	1.238.891
13.	Aset Tidak Berwujud	205.444
	Akumulasi Amortisasi -/-	149.132
14.	<i>Salam</i>	-
15.	Aset <i>Istishna'</i> Dalam Penyelesaian	-
	Termin <i>Istishna'</i> -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.037.574
	Akumulasi Penyusutan-/-	1.232.017
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	801
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	801
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	175.343
24.	Aset Lainnya	1.937.721
TOTAL ASET		81.901.309

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	11.541.637
	a. Giro	8.751.773
	b. Tabungan	2.789.864
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	60.758.054
	a. Giro	278.761
	b. Tabungan	25.006.872
	c. Deposito	35.472.421
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	762.804
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	257.626
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.730
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.615.111
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		75.331.962

2.	Beban Operasional Lainnya	2.513.084
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	33.076
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	10
	i. Surat Berharga	10
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset <i>Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	901.662
	i. Surat Berharga	4.577
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	420.462
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	374.871
	iv. Aset Keuangan Lainnya	101.752
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.689
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ <i>Provisi/ Fee</i> dan Administrasi	6.792
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
	j. Beban Tenaga Kerja	930.289
	k. Beban Promosi	24.533
	l. Beban Lainnya	611.023

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Mei 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Mei 2017
ASET		
1.	Kas	1.178.471
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.768.237
3.	Penempatan Pada Bank Lain	632.727
4.	Tagihan Spot dan Forward	5
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	8.342.677
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	-
7.	Tagihan Akseptasi	233.409
8.	Piutang	37.810.777
	a. Piutang Murabahah	53.400.105
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.768.652
	c. Piutang Istishna'	4.353
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	389
	e. Piutang Qardh	2.159.793
	f. Piutang Sewa	15.567
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	16.737.443
	a. Mudharabah	3.000.893
	b. Musyarakah	13.736.550
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	797.014
	a. Aset Ijarah	1.298.065
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	501.051
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.620.128
	a. Individual	454.264
	b. Kolektif	1.165.864
13.	Aset Tidak Berwujud	205.410
	Akumulasi Amortisasi -/-	146.093
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.037.523
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.218.074
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	793
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	793
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	189.328
24.	Aset Lainnya	1.849.877
TOTAL ASET		79.849.727

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	11.303.293
	a. Giro	8.642.361
	b. Tabungan	2.660.932
2.	Dana Investasi Non Profit Sharing	59.084.007
	a. Giro	110.724
	b. Tabungan	24.662.516
	c. Deposito	34.310.767
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	530.606
5.	Liabilitas Spot dan Forward	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	233.409
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	22.650
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.777.533
13.	Dana Investasi Profit Sharing	-
TOTAL LIABILITAS		73.326.498

2. Beban Operasional Lainnya		2.040.564
a.	Beban Bonus Wadiah	26.940
b.	Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	15
	i. Surat Berharga	15
	ii. Spot dan Forward	-
c.	Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset Ijarah	-
d.	Kerugian Transaksi Spot dan Forward (Realised)	-
e.	Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (Impairment)	636.649
	i. Surat Berharga	1.308
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	226.886
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	286.155
	iv. Aset Keuangan Lainnya	122.300
f.	Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.689
g.	Kerugian Dari Penyertaan Dengan Equity Method	-
h.	Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	5.640
i.	Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
j.	Beban Tenaga Kerja	836.906
k.	Beban Promosi	17.817
l.	Beban Lainnya	510.908

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 April 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Apr 2017
ASET		
1.	Kas	878.469
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	17.646.822
3.	Penempatan Pada Bank Lain	961.770
4.	Tagihan Spot dan Forward	13
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	7.996.595
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	-
7.	Tagihan Akseptasi	50.292
8.	Piutang	37.495.892
	a. Piutang Murabahah	52.867.327
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.552.607
	c. Piutang Istishna'	4.378
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	391
	e. Piutang Qardh	2.164.205
	f. Piutang Sewa	12.980
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	16.252.730
	a. Mudharabah	3.091.032
	b. Musyarakah	13.161.698
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	819.791
	a. Aset Jarak	1.304.569
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	484.778
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.773.999
	a. Individual	521.699
	b. Kolektif	1.252.300
13.	Aset Tidak Berwujud	203.168
	Akumulasi Amortisasi -/-	143.026
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.038.415
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.204.950
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	783
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	783
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	177.313
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	192.682
24.	Aset Lainnya	1.819.042
TOTAL ASET		83.108.446

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	15.109.240
	a. Giro	12.453.358
	b. Tabungan	2.655.882
2.	Dana Investasi Non Profit Sharing	58.804.812
	a. Giro	91.841
	b. Tabungan	24.704.780
	c. Deposito	34.008.191
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	645.772
5.	Liabilitas Spot dan Forward	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	50.292
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	22.591
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.591.784
13.	Dana Investasi Profit Sharing	-
TOTAL LIABILITAS		76.599.491

2.	Beban Operasional Lainnya	1.631.603
	a. Beban Bonus Wadiah	21.152
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	13
	i. Surat Berharga	13
	ii. Spot dan Forward	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset Ijarah	-
	d. Kerugian Transaksi Spot dan Forward (Realised)	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (Impairment)	426.466
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	116.560
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	255.611
	iv. Aset Keuangan Lainnya	54.295
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.687
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan Equity Method	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	4.249
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	72.869
	j. Beban Tenaga Kerja	675.603
	k. Beban Promosi	14.365
	l. Beban Lainnya	411.199

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Maret 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Maret 2017
ASET		
1.	Kas	907.885
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	13.684.398
3.	Penempatan Pada Bank Lain	997.397
4.	Tagihan Spot dan Forward	8
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	8.287.089
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	-
7.	Tagihan Akseptasi	43.493
8.	Piutang	38.069.657
	a. Piutang Murabahah	53.510.368
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.567.147
	c. Piutang Istishna'	4.833
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	398
	e. Piutang Qardh	2.112.474
	f. Piutang Sewa	9.527
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	16.298.373
	a. Mudharabah	3.055.212
	b. Musarakah	13.243.161
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	846.088
	a. Aset Ijarah	1.323.793
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	477.705
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.799.344
	a. Individual	609.163
	b. Kolektif	1.190.181
13.	Aset Tidak Berwujud	204.134
	Akumulasi Amortisasi -/-	140.513
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.036.865
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.190.631
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	827
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	827
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	161.119
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	200.024
24.	Aset Lainnya	1.676.406
TOTAL ASET		80.012.307

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	10.177.938
	a. Giro	7.530.315
	b. Tabungan	2.647.623
2.	Dana Investasi Non Profit Sharing	60.857.647
	a. Giro	77.495
	b. Tabungan	25.176.760
	c. Deposito	35.603.392
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	555.570
5.	Liabilitas Spot dan Forward	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	43.493
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	22.577
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.497.053
13.	Dana Investasi Profit Sharing	-
TOTAL LIABILITAS		73.529.278

2.	Beban Operasional Lainnya	1.221.616
	a. Beban Bonus Wadiah	14.771
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	14
	i. Surat Berharga	14
	ii. Spot dan Forward	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. Aset Ijarah	-
	d. Kerugian Transaksi Spot dan Forward (Realised)	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (Impairment)	320.656
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	115.941
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	165.928
	iv. Aset Keuangan Lainnya	38.787
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	62
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan Equity Method	-
	h. Komisi/ Provisi/ Fee dan Administrasi	2.874
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	57.869
	j. Beban Tenaga Kerja	496.692
	k. Beban Promosi	10.915
	l. Beban Lainnya	317.763

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 28 Februari 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		28 Feb 2017
ASET		
1.	Kas	996.740
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	15.375.466
3.	Penempatan Pada Bank Lain	1.039.754
4.	Tagihan <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	6
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	7.848.212
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (<i>reverse repo</i>)	-
7.	Tagihan Akseptasi	85.545
8.	Piutang	37.197.276
	a. Piutang <i>Murabahah</i>	52.376.340
	b. Pendapatan Margin <i>Murabahah</i> Yang Ditangguhkan -/-	17.148.518
	c. Piutang <i>Istishna'</i>	6.428
	d. Pendapatan Margin <i>Istishna'</i> Yang Ditangguhkan -/-	414
	e. Piutang <i>Qardh</i>	1.955.675
	f. Piutang Sewa	7.765
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	15.307.370
	a. <i>Mudharabah</i>	2.949.926
	b. <i>Musyarakah</i>	12.357.444
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	860.921
	a. Aset <i>Ijarah</i>	1.323.057
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	462.136
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.748.195
	a. Individual	529.285
	b. Kolektif	1.218.910
13.	Aset Tidak Berwujud	203.985
	Akumulasi Amortisasi -/-	137.500
14.	<i>Salam</i>	-
15.	Aset <i>Istishna'</i> Dalam Penyelesaian	-
	Termin <i>Istishna'</i> -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.036.370
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.176.673
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	169.993
20.	Aset Antar Kantor	806
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	806
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	129.756
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	209.700
24.	Aset Lainnya	1.512.223
TOTAL ASET		79.703.513

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	8.760.794
	a. Giro	6.174.982
	b. Tabungan	2.585.812
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	61.813.235
	a. Giro	60.798
	b. Tabungan	25.023.119
	c. Deposito	36.729.318
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	605.373
5.	Liabilitas <i>Spot dan Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	85.545
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	25.520
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.588.272
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		73.253.739

2.	Beban Operasional Lainnya	772.832
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	9.779
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	38
	i. Surat Berharga	38
	ii. <i>Spot dan Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. <i>Aset Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot dan Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	196.470
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	45.624
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	109.492
	iv. Aset Keuangan Lainnya	41.354
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	55
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ <i>Provisi/ Fee</i> dan Administrasi	1.758
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	26.500
	j. Beban Tenaga Kerja	326.997
	k. Beban Promosi	7.988
	l. Beban Lainnya	203.247

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 31 Januari 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		31 Jan 2017
ASET		
1.	Kas	997.126
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	14.341.773
3.	Penempatan Pada Bank Lain	1.107.782
4.	Tagihan Spot dan Forward	14
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	7.215.651
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	617.689
7.	Tagihan Akseptasi	105.980
8.	Piutang	37.409.920
	a. Piutang Murabahah	52.525.927
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	17.077.332
	c. Piutang Istishna'	6.440
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	416
	e. Piutang Qardh	1.948.512
	f. Piutang Sewa	6.789
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	15.716.206
	a. Mudharabah	3.048.580
	b. Musyarakah	12.667.626
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	880.208
	a. Aset Ijarah	1.321.071
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	440.863
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.815.455
	a. Individual	612.849
	b. Kolektif	1.202.606
13.	Aset Tidak Berwujud	203.985
	Akumulasi Amortisasi -/-	134.489
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.035.146
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.162.453
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	146.256
20.	Aset Antar Kantor	811
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	811
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	113.256
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	217.791
24.	Aset Lainnya	1.454.622
TOTAL ASET		79.276.577

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan Wadiah	8.676.001
	a. Giro	6.096.577
	b. Tabungan	2.579.424
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	61.566.495
	a. Giro	61.268
	b. Tabungan	25.031.891
	c. Deposito	36.473.336
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	450.478
5.	Liabilitas <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	105.980
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	23.510
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.657.321
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		72.854.785

2.	Beban Operasional Lainnya	379.956
	a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	5.171
	b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	38
	i. Surat Berharga	38
	ii. <i>Spot</i> dan <i>Forward</i>	-
	c. Kerugian Penjualan Aset	-
	i. Surat Berharga	-
	ii. <i>Aset Ijarah</i>	-
	d. Kerugian Transaksi <i>Spot</i> dan <i>Forward (Realised)</i>	-
	e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	94.991
	i. Surat Berharga	-
	ii. Pembiayaan Dari Piutang	20.101
	iii. Pembiayaan Bagi Hasil	55.405
	iv. Aset Keuangan Lainnya	19.485
	f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	55
	g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
	h. Komisi/ <i>Provisi/ Fee</i> dan Administrasi	834
	i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	10.000
	j. Beban Tenaga Kerja	157.226
	k. Beban Promosi	5.096
	l. Beban Lainnya	106.545

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) BULANAN

Tanggal Laporan 30 September 2017

(Dalam Jutaan Rupiah)

No.	POS-POS	INDIVIDUAL
		30 Sept 2017
ASET		
1.	Kas	956.108
2.	Penempatan Pada Bank Indonesia	12.821.301
3.	Penempatan Pada Bank Lain	464.747
4.	Tagihan Spot dan Forward	98
5.	Surat Berharga yang Dimiliki	10.005.909
6.	Tagihan atas Surat Berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (reverse repo)	152.050
7.	Tagihan Akseptasi	57.094
8.	Piutang	37.953.146
	a. Piutang Murabahah	54.048.823
	b. Pendapatan Margin Murabahah Yang Ditangguhkan -/-	18.169.885
	c. Piutang Istishna'	4.271
	d. Pendapatan Margin Istishna' Yang Ditangguhkan -/-	381
	e. Piutang Qardh	2.055.546
	f. Piutang Sewa	14.772
9.	Pembiayaan Bagi Hasil	19.712.604
	a. Mudharabah	3.593.178
	b. Musyarakah	16.119.426
	c. Lainnya	-
10.	Pembiayaan Sewa	837.623
	a. Aset Ijarah	1.231.031
	b. Akumulasi Penyusutan /Amortisasi -/-	393.408
	c. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai -/-	-
11.	Penyertaan	50.331
12.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Produktif -/-	1.710.474
	a. Individual	559.916
	b. Kolektif	1.150.558
13.	Aset Tidak Berwujud	210.947
	Akumulasi Amortisasi -/-	157.969
14.	Salam	-
15.	Aset Istishna' Dalam Penyelesaian	-
	Termin Istishna' -/-	-
16.	Aset Tetap Dan Inventaris	2.028.228
	Akumulasi Penyusutan -/-	1.257.587
17.	Properti Terbengkalai	-
18.	Aset Yang Diambil Alih	939
19.	Rekening Tunda	-
20.	Aset Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
21.	Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya -/-	939
22.	Persediaan	-
23.	Aset Pajak Tangguhan	158.482
24.	Aset Lainnya	1.804.710
TOTAL ASET		84.087.348

LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
1.	Dana Simpanan <i>Wadiah</i>	11.574.650
	a. Giro	8.685.435
	b. Tabungan	2.889.215
2.	Dana Investasi <i>Non Profit Sharing</i>	63.176.068
	a. Giro	257.856
	b. Tabungan	26.103.529
	c. Deposito	36.814.683
3.	Liabilitas Kepada Bank Indonesia	-
4.	Liabilitas Kepada Bank Lain	599.260
5.	Liabilitas <i>Spot dan Forward</i>	-
6.	Surat Berharga yang Diterbitkan	375.000
7.	Liabilitas Akseptasi	57.094
8.	Pembiayaan Diterima	-
9.	Setoran Jaminan	21.924
10.	Liabilitas Antar Kantor	-
	a. Kegiatan Operasional Di Indonesia	-
	b. Kegiatan Operasional Di Luar Indonesia	-
11.	Liabilitas Pajak Tangguhan	-
12.	Liabilitas Lainnya	1.633.540
13.	Dana Investasi <i>Profit Sharing</i>	-
TOTAL LIABILITAS		77.437.536

2. Beban Operasional Lainnya	3.822.134
a. Beban Bonus <i>Wadiah</i>	50.760
b. Penurunan Nilai Wajar Aset Keuangan	9
i. Surat Berharga	9
ii. <i>Spot dan Forward</i>	-
c. Kerugian Penjualan Aset	-
i. Surat Berharga	-
ii. <i>Aset Ijarah</i>	-
d. Kerugian Transaksi <i>Spot dan Forward (Realised)</i>	-
e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan (<i>Impairment</i>)	1.316.728
i. Surat Berharga	-
ii. Pembiayaan Dari Piutang	702.096
iii. Pembiayaan Bagi Hasil	502.630
iv. Aset Keuangan Lainnya	112.002
f. Kerugian Terkait Risiko Operasional	5.750
g. Kerugian Dari Penyertaan Dengan <i>Equity Method</i>	-
h. Komisi/ <i>Provisi/ Fee</i> dan Administrasi	13.022
i. Kerugian Penurunan Nilai Aset Lainnya (Non Keuangan)	-
j. Beban Tenaga Kerja	1.463.005
k. Beban Promosi	46.712
l. Beban Lainnya	926.148