



**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA DIKLAT DAN
INFLASI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA
UNIT USAHA SYARIAH TAHUN 2015-2018**

SKRIPSI

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

Oleh :

**SITI HARTINAH
NIM. 14 401 00168**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA DIKLAT DAN
INFLASI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA
UNIT USAHA SYARIAH TAHUN 2015-2018**

SKRIPSI

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

Oleh :

**SITI HARTINAH
NIM. 14 401 00168**

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Arti Damisa, M.E.I

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**

Hal : Lampiran Skripsi a.n. **SITI HARTINAH**
Lampiran : 6 (enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 02 Juni 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. **SITI HARTINAH** yang berjudul "*Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Diklat dan Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Unit Usaha Syariah Tahun 2015-2018*" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

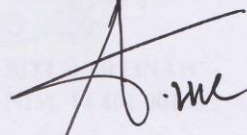
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



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

PEMBIMBING II



Arti Damisa, M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Siti Hartinah
NIM : 14 401 00168
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-4
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Diklat dan Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Unit Usaha Syariah Tahun 2015-2018.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 12 Juni 2019

Saya yang menyatakan,


**METERAI
TEMPEL**
TGL. 20
EAFBAAFF432937474
6000
ENAM RIBU RUPIAH

SITI HARTINAH
NIM. 14 401 00168

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Siti Hartinah
Nim : 14 401 00168
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Diklat dan Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Unit Usaha Syariah Tahun 2015-2018"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 Padangsidimpuan
Pada tanggal, 12 Juni 2019
Yang Menyatakan



SITI HARTINAH
Nim: 14 401 00168



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Siti Hartinah
NIM : 14 401 00168
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Diklat dan Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Unit Usaha Syariah Tahun 2015-2018.

Ketua

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

Sekretaris

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

Anggota

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

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

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 27 Juni 2019
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 80/A
Predikat : CUM LAUDE
IPK : 3,62



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA DIKLAT DAN INFLASI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA UNIT USAHA SYARIAH TAHUN 2015-2018.

NAMA : SITI HARTINAH
NIM : 14 401 00168

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 08 Juli 2019
Dekan,




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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah mencurahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul penelitian “**Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Diklat dan Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Unit Usaha Syariah Tahun 2015-2018**”. Shalawat dan salam Peneliti mohonkan kepada Allah SWT, semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan kezaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, SH.I., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan, Bapak Drs. Kamaluddin, M.A, selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.El., M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM, selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, M.E.I., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi Peneliti untuk memperoleh buku-buku yang Peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Bapak Ibu Dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi Peneliti dalam proses

perkuliahan. Mudah-mudahan Allah SWT membalas dan menambah ilmu yang berkah kepada semuanya.

7. Teristimewa saya haturkan kepada Ayahanda tercinta **Ali Amri M. Pakpahan** dan Ibunda tercinta **Siti Marfuah**, yang tanpa pamrih memberikan cinta dan kasih sayang, dukungan moril dan materil, kesabaran, keikhlasan, perhatian, serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas perjuangan mereka dengan surga firdausnya. Tak lupa juga rasa terimakasih Peneliti atas doa-doa, Alm. Ompung saya Mad Naseer Pakpahan yang slalu memberikan saya semangat semasa hidupnya dan juga kepada ompung Binour Siregar atas doa dan motivasi yang selalu beliau berikan serta adik saya tercinta Fairel Athariz Chalief.
8. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-4 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan yang masih menyusun skripsi semoga cepat selesai dan menjadi orang-orang yang sukses.
9. Untuk sahabat-sahabat terbaik Peneliti keluarga besar UTBS (Unggulan The Best Social) MAN 2 Model Pdangsidimpuan, Yulia Fitri Harahap, Sophia, Desnita Sari Telaumbanua, Melly Yani Hasibuan, Ummi Salamah Nasution dan abanghanda Haholongan Siregar, Zuljein, Ali Arsan dan 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 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 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, Juni 2019
Peneliti

Siti Hartinah
Nim. 14 40100 168

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	Ka dan 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	Syim	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	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
— /	fathāh	A	a
— /	Kasrah	I	i
— و	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.....	fathāh dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathāh 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
ي..... ا.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. 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:

ﻻ . 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

ABSTRAK

NAMA : SITI HARTINAH
NIM : 14 401 00168
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA DIKLAT DAN INFLASI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA UNIT USAHA SYARIAH TAHUN 2015-2018.

Permasalahan dalam penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan Perbankan Syariah serta tingkat persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat terutama dalam menghimpun dana pihak ketiga. Ditambah dengan permasalahan ekonomi yang diakibatkan oleh kenaikan inflasi menambah sulitnya bagi pihak bank untuk menghimpun dana pihak ketiga dari masyarakat. Maka berdasarkan hal tersebut Bank Syariah menyadari bahwa pemberian kegiatan promosi dan diklat dianggap cukup penting bagi keberlangsungan bank itu sendiri. Adapun permasalahan yang diteliti yaitu pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dana pihak ketiga beserta dengan jenis-jenisnya, biaya promosi dan jenis-jenisnya, diklat meliputi pendekatan dalam pemberian, faktor penyebab, serta metode pelaksanaan program diklat, inflasi meliputi sumber penyebab, dampak sosial ekonomi dan indikator inflasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan berupa uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis berupa uji T, uji F dan uji R^2 . Teknik pengumpulan data menggunakan teknik studi kepustakaan dan dokumentasi dengan jumlah sampel sebanyak 48 bulan dengan teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh dengan pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya biaya promosi, biaya diklat, dan inflasi memiliki pengaruh hubungan yang kuat terhadap dana pihak ketiga, hal ini ditunjukkan dengan hasil R^2 sebesar 63.5% sedangkan 36.5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan. Sedangkan secara parsial biaya promosi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.557 > 1.68023$). Biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-3.601 < 1.68023$). Inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2.858 < 1.68023$). Sedangkan berdasarkan hasil uji secara simultan bahwa biaya promosi, biaya diklat, dan inflasi mempunyai pengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23.215 > 2.80$).

Kata Kunci: Dana Pihak Ketiga, Biaya Promosi, Biaya Diklat, Inflasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	13
D. Definisi Operasional Variabel.....	13
E. Rumusan Masalah.....	15
F. Tujuan Penelitian	16
G. Kegunaan Penelitian	16
H. Sistematika Pembahasan	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	18
1. Dana Pihak Ketiga.....	18
a. Pengertian Dana Pihak Ketiga.....	18
b. Jenis-jenis Dana Pihak Ketiga	18
2. Biaya Promosi	26
a. Pengertian Biaya Promosi	26
b. Jenis Promosi.....	29
3. Biaya Diklat.....	30
a. Pengertian Biaya Diklat.....	30
b. Pendekatan dalam Pemberian Pendidikan dan Pelatihan	31
c. Faktor Penyebab Perlunya Pendidikan dan Pelatihan	31
d. Metode Pelaksanaan Program Diklat	32
4. Inflasi.....	33
a. Pengertian Inflasi.....	33

b. Sumber Penyebab Inflasi	35
c. Dampak Sosial Ekonomi yang Ditimbulkan Inflasi	36
d. Indikator Inflasi	37
5. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga	38
6. Pengaruh Biaya Diklat terhadap Dana Pihak Ketiga	39
7. Pengaruh Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga	40
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel	47
D. Instrumen Pengumpulan Data	48
E. Analisis Data	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	50
3. Analisis Regresi Berganda	51
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
5. Uji Hipotesis	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Unit Usaha Syariah	54
1. Sejarah	54
B. Hasil Analisis Data	58
1. Uji Normalitas	58
2. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Multikolinearitas	59
b. Uji Heterokedasitas	60
3. Analisis Regresi Berganda	61
4. Uji Hipotesis	62
a. Uji Parsial (Uji t)	62
b. Uji Simultan	63
5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65
D. Keterbatasan Penelitian	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Dana Pihak Ketiga	2
Tabel 1.2 Perkembangan Biaya Promosi	6
Tabel 1.3 Perkembangan Biaya Diklat	7
Tabel 1.4 Perkembangan Inflasi	8
Tabel 1.5 Definisi Operasional Variabel.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 4.1 Daftar Unit Usaha Syariah Periode Tahun 2015-2018.....	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Simultan.....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	45
--------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik	3.1	Grafik	Heterokedasitas
.....			6
0			

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, keberadaan bank sangat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian serta menjadi inti dari sistem keuangan bagi setiap negara, baik itu bank umum maupun Bank Syariah. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Namun keberadaan Bank Syariah baru mulai direncanakan pada tanggal 18-20 Agustus 1990 yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Bank Syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang dasar operasionalnya menggunakan prinsip syariat (hukum) Islam. Dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan dalam pasal 1 bahwa "Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha."¹

Sebagai sebuah lembaga keuangan yang masih terbilang relatif baru, tentu saja hal ini akan menyebabkan banyaknya problema dan tantangan yang akan dihadapi oleh Bank Syariah. Salah satu tantangan tersebut adalah masih banyaknya masyarakat yang masih belum mengenal produk maupun sistem

¹Juhaya S. Praja, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 105.

kerja yang diterapkan oleh Perbankan Syariah tersebut.² Pada dasarnya dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Bank Syariah tentu saja membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatannya. Salah satu sumber dana tersebut merupakan sumber dana yang dapat diperoleh dari masyarakat atau biasa disebut dengan dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga merupakan sumber dana yang terpenting bagi kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai kegiatan operasionalnya dari sumber tersebut.

Tabel 1.1
Perkembangan Dana Pihak Ketiga Periode Tahun 2015-2018
(dalam Triliun Rupiah)

No	Bulan	Tahun 2015 (Triliun Rp)	Tahun 2016 (Triliun RP)	Tahun 2017 (Triliun Rp)	Tahun 2018 (Triliun Rp)
1	Januari	46.470	55.864	71.931	95.866
2	Februari	47.139	57.986	72.655	92.685
3	Maret	47.954	57.878	72.979	95.089
4	April	49.573	59.672	72.944	95.407
5	Mei	50.964	64.013	75.214	97.755
6	Juni	50.661	64.285	77.593	100.143
7	Juli	50.704	64.416	79.558	98.599
8	Agustus	51.796	65.909	83.566	98.950
9	September	53.147	64.545	86.225	103.963
10	Oktober	53.621	65.217	89.167	104.970
11	November	53.485	68.148	89.959	103.666
12	Desember	56.280	72.928	96.495	114.222

Sumber: www.ojk.go.id.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perolehan dana pihak ketiga terus mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun hal tersebut dapat dilihat pada tabel di atas, di mana pada bulan Januari hingga bulan Mei 2015 dana pihak ketiga terus mengalami peningkatan yang

²Muhammad, *Bank Syariah: Problema dan Prospek Perkembangan di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 39.

signifikan hingga pada bulan Juni perolehan dana pihak ketiga mengalami penurunan sebesar Rp 303 Milyar dan kemudian mengalami kenaikan lagi pada bulan Juli hingga Oktober sebesar Rp 136 Milyar.

Pada tahun 2016 perolehan dana pihak ketiga tetap mengalami fluktuasi di mana pada bulan Januari hingga Februari 2016 terus mengalami peningkatan, namun pada bulan Maret dana pihak ketiga mengalami penurunan sebesar Rp 108 Milyar kemudian mengalami kenaikan lagi pada bulan April hingga bulan Agustus sebesar Rp 6.667 Triliun, namun pada bulan September perolehan dana pihak ketiga terus mengalami penurunan sebesar Rp 364 Milyar dan kemudian mengalami peningkatan hingga bulan Desember sebesar Rp 8.383 Triliun.

Pada tahun 2017 perolehan dana pihak ketiga mengalami fluktuasi sebesar Rp 35 Milyar pada bulan April kemudian terus mengalami kenaikan yang signifikan hingga bulan Desember. Kemudian pada tahun 2018 perolehan dana pihak ketiga tetap mengalami fluktuasi di mana pada Februari dana pihak ketiga mengalami penurunan sebesar Rp 3.181 Triliun dan kemudian pada bulan selanjutnya terus mengalami peningkatan hingga pada bulan Juli perolehan dana pihak ketiga mengalami penurunan kembali hingga Rp 1.544 Triliun.

Peningkatan dana pihak ketiga menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat yang menitipkan dananya di Bank Syariah. Semakin tinggi dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun oleh bank maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Melalui dana pihak

ketiga yang dihimpun oleh masyarakat maka bank dapat menjalankan fungsinya untuk menyalurkan pembiayaan kepada nasabah yang kekurangan dana. Dari penyaluran tersebutlah maka bank dapat memperoleh keuntungan bagi hasil yang dapat menentukan kelangsungan bank tersebut.

Namun dewasa ini perkembangan aktivitas Perbankan Syariah semakin meningkat hal ini menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama dalam bidang perbankan, di mana tidak sedikit bank-bank baru bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk dan hal ini diperparah dengan kondisi perekonomian yang terjadi yang diakibatkan oleh inflasi. Banyak hal yang mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga, di antaranya adalah kurs valuta asing, pendapatan masyarakat, promosi, Bi Rate, pemberian pendidikan dan pelatihan serta jumlah kantor yang ada. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya akan membahas beberapa faktor yang mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga yaitu mengenai promosi, pemberian pendidikan dan pelatihan serta inflasi.

Kondisi perekonomian juga dapat mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga yang dilakukan oleh pihak bank, hal ini disebabkan biaya yang terus menerus menaik menyebabkan kegiatan produktif sangat tidak menguntungkan. Maka pemilik modal atau dana biasanya lebih suka menggunakan uangnya untuk tujuan spekulasi, dibandingkan dengan menanamkan modalnya untuk investasi produktif seperti membeli harta-harta tetap. Selain berimbas kepada kegiatan ekonomi Negara, inflasi juga akan

berimbas kepada masyarakat dan individu.³ Di mana ketika tingkat inflasi yang tinggi akan menyebabkan tingkat suku bunga riil menjadi menurun. Fakta demikian akan mengurangi hasrat masyarakat untuk menabung sehingga pertumbuhan dana perbankan yang bersumber dari masyarakat akan menurun.

Maka berdasarkan hal tersebut Bank Syariah menyadari bahwa pemberian kegiatan promosi dan diklat dianggap cukup penting bagi keberlangsungan bank itu sendiri. Promosi merupakan sarana alat pemasaran yang paling ampuh yang digunakan untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Secara umum promosi memiliki tujuan untuk memaksimalkan konsumsi atau merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.⁴

Selain promosi, pemberian pendidikan dan pelatihan atau biasa disebut dengan diklat juga memiliki peran yang cukup penting bagi penghimpunan dana pihak ketiga. Salah satu manfaat dan keuntungan dalam memberikan diklat kepada karyawan adalah dapat meningkatkan hasil penjualan.⁵ Bagi seorang pegawai bank khususnya *marketing* salah satu indikator pencapaiannya adalah meningkatkan penjualan/penyaluran dan penghimpunan dana pihak ketiga yang ada. Untuk mencapai hal tersebut maka para pegawai perlu diberikan pendidikan dan pelatihan (diklat) untuk

³Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi: Teori dan Pengantar* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 339.

⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 177.

⁵Frans M. Royan, *Sukses Menjadi Sales Supervisor Hebat: Trik Jitu Mencetak Penjualan Fantastis dengan Memberdayakan Sales Supervisor* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 155.

meningkatkan keterampilan kerjanya sehingga dapat mencapai target/sasaran kerja yang telah ditentukan.

Menurut T. Hani Handoko salah satu manfaat memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja karyawan dalam mencapai sasaran-sasaran kerja yang telah ditetapkan.⁶

Pada hakikatnya untuk melakukan kegiatan tersebut memang membutuhkan biaya yang cukup besar dan tidak sedikit, namun ini merupakan investasi jangka panjang yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini juga telah banyak disadari oleh para pemimpin perusahaan bahwasanya ini merupakan investasi yang cukup menguntungkan bagi keberhasilan perusahaan.⁷

Tabel 1.2
Perkembangan Biaya Promosi dan Biaya Diklat
Periode Tahun 2015-2018
(dalam Milyar Rupiah)

No	Indikator	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Biaya Promosi	297	366	481	499
2	Biaya Diklat	90	68	89	76

Sumber: www.ojk.go.id

Berdasarkan data di atas biaya promosi dan diklat yang dikeluarkan oleh Unit Usaha Syariah selama tahun 2015-2018 terus mengalami peningkatan yang signifikan tiap tahunnya. Namun jika kedua data tersebut dihubungkan dengan data dana pihak ketiga yang ada pada tabel 1.1 maka

⁶T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2011), hlm. 103.

⁷Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2006), hlm. 70.

dari kedua variabel tersebut akan terlihat adanya hubungan negatif antara biaya promosi dan biaya diklat yang disebabkan karena terjadinya fluktuasi pada dana pihak ketiga sehingga terjadi ketidaksesuaian teori yang menyatakan bahwasannya pada saat biaya promosi dan diklat ditingkatkan maka perolehan dana pihak ketiga juga akan mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018 menunjukkan dana pihak ketiga mengalami penurunan di beberapa bulan sedangkan biaya promosi dan diklat yang dikeluarkan oleh Unit Usaha Syariah terus mengalami kenaikan yang menyebabkan adanya ketidaksesuaian teori dengan data yang ada.

Tabel 1.4
Perkembangan Inflasi Periode Tahun 2015-2018
(dalam persen)

No	Tahun	Inflasi (%)
1	2015	3.35
2	2016	3.02
3	2017	3.61
4	2018	3.13

Sumber: www.bi.go.id

Berdasarkan data di atas maka dapat dilihat bahwasanya inflasi terus mengalami fluktuasi dari tahun 2015 hingga 2018. Di mana pada tahun 2016 inflasi mengalami penurunan 0.33 sebesar persen, kemudian mengalami kenaikan lagi pada tahun berikutnya sebesar 0.59 persen dan kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2018 sebesar 0.48 persen.

Berikut ini merupakan beberapa penelitian yang berkaitan dengan biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Fachrunnisa menunjukkan bahwasannya “Berdasarkan hasil uji simultan F terhadap variabel penelitian menunjukkan

bahwa seluruh *lag* dari variabel biaya promosi memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap perubahan dana pihak ketiga.”⁸

Sedangkan penelitian yang dilakukan Eko Wisnu Mubiyardi menunjukkan bahwa, “Variabel Biaya Promosi (BP) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perkembangan dana pihak ketiga (DPK) Bank Syariah di Indonesia.”⁹

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Nurianto Al Arif menunjukkan bahwa:

Secara individu, uji t yang dilakukan kepada masing-masing variabel independent yaitu biaya promosi dan biaya diklat memberikan hasil yang signifikan, artinya pada kedua variabel bebas tersebut (biaya promosi dan biaya diklat) secara individu mempengaruhi variabel dana pihak ketiga.¹⁰

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati menyebutkan bahwasannya “pendidikan dan pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan perspektif pelanggan (DPK dan jumlah rekening nasabah) bagi kelompok BUS/UUS.”¹¹

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sutono & Batista Sufa Kefi menunjukkan bahwa:

⁸Fachrunnisa, “Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah,” dalam *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Volume 10, No. 2, Oktober 2017, hlm. 366.

⁹Eko Wisnu Mubiyardi, “Faktor-faktor Internal yang Mempengaruhi Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia (Periode Triwulan I 2013 – Triwulan III 2017),” dalam *jurnal terbuka*, 2018, hlm. 30.

¹⁰Mohammad Nur Rianto Al Arif, “Efektifitas Biaya Promosi dan Biaya Diklat terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah,” dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 15, No. 3, Desember 2010, hlm. 30.

¹¹Ernawati, “Pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Perbankan Syariah Indonesia,” dalam *Proceeding Of International Conference On Multidisciplinary Research*, 2016, hlm. 214.

Hasil uji hipotesis bahwa inflasi berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap dana pihak ketiga sehingga hipotesis (H_1) bahwa inflasi berpengaruh terhadap DPK tidak terbukti. Dengan demikian kenaikan tingkat inflasi tidak mempengaruhi DPK pada bank umum Indonesia.¹²

Sedangkan penelitian yang dilakukan Herli Sopiana menunjukkan bahwa “Adanya pengaruh antara suku bunga SBI dan inflasi terhadap dana pihak perbankan di Indonesia pada tahun 1984 hingga 2010.”¹³

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA DIKLAT DAN INFLASI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA PADA UNIT USAHA SYARIAH**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Adanya peningkatan yang signifikan pada biaya promosi yang dikeluarkan oleh Unit Usaha Syariah yang tidak diiringi dengan peningkatan dana pihak ketiga selama tahun 2015-2018.
2. Adanya peningkatan yang signifikan pada biaya diklat yang dikeluarkan dan tidak diiringi dengan peningkatan dana pihak ketiga selama tahun 2015-2018.

¹²Sutono & Batista Sufa Kefi, “Pengaruh Faktor Makro Ekonomi terhadap Penghimpunan Dana pada Bank Umum di Indonesia,” dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Volume XX, No. 34, April 2011, hlm.10.

¹³Herli Sopiana, “Analisis Pengaruh Suku Bunga SBI dan Inflasi terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan di Indonesia,” dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 10, No. 1, Juni 2012, hlm. 29.

3. Terjadinya fluktuasi secara terus-menerus pada inflasi selama tahun 2015-2018.
4. Adanya ketidaksesuaian teori dengan fakta yang ada yaitu antara biaya promosi, biaya diklat dan tingkat inflasi terhadap pihak ketiga.
5. Adanya ketidakkonsistenan penelitian yang pernah dilakukan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini perlu dibatasi agar pembahasannya tidak meluas dan juga disebabkan oleh keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya dan kemampuan yang dimiliki penulis, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini agar lebih terarah. Maka dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas mengenai masalah biaya promosi, biaya diklat dan inflasi pada dana pihak ketiga yang terjadi pada Unit Usaha Syariah selama tahun 2015-2018.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian. Adapun penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat, dan biasa dinotasikan dengan simbol X.

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, dan biasa dinotasikan dengan Y.

Di bawah ini merupakan penjelasan mengenai variabel yang akan penulis teliti:

Tabel 1.5
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1	Biaya Promosi (X1)	Biaya promosi merupakan sumber daya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat luas ¹⁴	1. Biaya periklanan. 2. Biaya publisitas. 3. Biaya promosi penjualan. ¹⁵	Rasio
2	Biaya Diklat (pendidikan dan pelatihan) (X2)	Biaya diklat merupakan sumber daya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan demi mengembangkan keahlian dan kemampuan karyawan sehingga karyawan tersebut dapat mencapai visi misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. ¹⁶	1. Biaya <i>vestibule</i> 2. Biaya <i>demonstration and example</i> 3. Biaya <i>simulation</i>	Rasio
3	Inflasi (X3)	Suatu kenaikan harga-harga dalam tingkat umum yang biasanya karena bertambahnya suplai uang yang tidak disertai oleh suatu pertambahan permintaan yang sesuai. ¹⁷	1. Indeks harga konsumen. 2. Indeks harga perdagangan besar. 3. Indeks harga implisit. ¹⁸	Rasio

¹⁴Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), hlm. 59.

¹⁵Nurimah Ritonga, "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2010-2014" (Skripsi: IAIN Padangsidempuan, 2017), hlm. 14.

¹⁶Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 70.

¹⁷M. Abdul Manan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hlm. 263.

4	Dana Pihak Ketiga (Y)	Dana yang diperoleh dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan, dan lain-lain baik dalam mata uang rupiah maupun dalam valuta asing. ¹⁹	1. Tabungan 2. Deposito 3. giro ²⁰	Rasio
---	-----------------------	--	---	-------

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 ?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya diklat terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 ?
3. Apakah terdapat pengaruh inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 ?
4. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya diklat terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

¹⁸ Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi & Makroekonomi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm. 367.

¹⁹ Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 199.

²⁰ Nurimah Ritonga, *Op.Cit.*, hlm. 14.

3. Untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, biaya iklan dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bagi pihak-pihak yang bersangkutan, seperti:

1. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan tentang pengaruh biaya promosi, biaya iklan dan inflasi terhadap dana pihak ketiga.

2. Bagi Peneliti

Sebagai media untuk menerapkan dan mengaplikasikan ilmu perbankan yang diperoleh selama kuliah serta dapat menambah pengalaman dibidang penelitian dan juga sebagai acuan untuk peneliti lain yang melakukan penelitian pada bidang kajian yang sama.

3. Bagi Kalangan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam penelitian dana pihak ketiga serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang biaya promosi, biaya iklan dan inflasi pada Unit Usaha Syariah.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis.

BAB I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Dalam latar belakang masalah yang berisi tentang uraian-uraian masalah sampai mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian. Identifikasi masalah berisikan uraian penelusuran masalah dan penjabaran seluruh aspek yang berhubungan dengan penelitian. Batasan masalah yang berisi tentang masalah yang akan dibatasi agar terfokus pada masalah yang akan diteliti. Rumusan masalah yaitu penjabaran tentang hal-hal yang menjadi pertanyaan dan yang akan dijawab dalam penelitian.

BAB II adalah landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Kerangka teori adalah segala sesuatu yang akan dibahas dan diuraikan tentang objek penelitian sesuai dengan teori dan atau konsep yang dijadikan referensi dalam penelitian.

BAB III membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV berisi tentang analisis dan pembahasan hasil penelitian berupa gambaran umum lokasi penelitian, deskriptif hasil penelitian, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V penutup berisi kesimpulan dari hasil faktor-faktor yang mempengaruhi biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah, beserta dengan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Dana Pihak Ketiga

a. Pengertian Dana Pihak Ketiga

Dana yang bersumber dari masyarakat luas atau dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan, dan bentuk lainnya.¹

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencairan dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya dan pencairan dana ini paling dominan, asal dapat memberikan bunga dan fasilitas menarik lainnya, menarik dana dari sumber ini tidak terlalu sulit. Akan tetapi pencarian sumber ini relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan dana sendiri.

b. Jenis-jenis Dana Pihak Ketiga

1) Simpanan Giro

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008
yang dimaksud dengan giro adalah:

¹Veithzal Rivai Dkk, *Bank dan Financial Instituti On Management Conventional & Syariah System* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada: 2007), hlm. 413.

Investasi dana berdasarkan akad *mudhārabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.²

Dalam hal ini Dewan Pengawas Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudhārabah*.³

2) Giro *Wadi'ah*

Menurut Ismail giro *Wadi'ah* merupakan “Titipan pihak ketiga pada Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahan buku.”⁴

Bank Syariah pada dasarnya menggunakan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*, di mana nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, dan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut.

²Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

³Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 351.

⁴Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2011), hlm. 65.

3) Giro *Mudhārabah*

Giro *mudhārabah* adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad *mudhārabah*. *Mudhārabah* dapat dibagi kedalam dua bentuk, yaitu *mudhārabah mutlaqah* dan *mudhārabah muqayyadah*, yang perbedaan utama antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan oleh si pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya baik dari tempat, waktu maupun objek investasinya. Dalam hal ini, Bank Syariah bertindak sebagai *mudhārib*, sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal*. Dalam kapasitasnya sebagai *mudhārib*, Bank Syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudhārabah* dengan pihak lain.⁵

Dari hasil pengelolaan dana *mudhārabah*, Bank Syariah akan menghasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement*, bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

⁵Adiwarman Karim, *Op.Cit.*, hlm. 354.

4) Simpanan Tabungan

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan simpanan tabungan adalah

Simpanan yang didasarkan pada akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudhārabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengan itu.⁶

Berbeda dengan giro, tabungan relatif fleksibel menyangkut berapa dan kapan bisa ditarik oleh nasabah. Hal lain, tabungan di bank konvensional memiliki hasil yang sudah pasti (*fixed return*). Untuk bank yang menjalankan prinsip syariah, hasil pasti ini yang tidak ada. Sebagai gantinya, penabung memperoleh hasil yang berfluktuasi sesuai dengan hasil yang diperoleh bank. Di sini, ditunjukkan bahwa penabung pun ikut menanggung renteng risiko dengan bank.

5) Tabungan *Wadi'ah*

Menurut Ascarya tabungan *wadi'ah* adalah:

Produk pendanaan Bank Syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*saving account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro *wadi'ah* tetapi tidak se-fleksibel giro *wadi'ah*, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek.⁷

⁶Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, *Op.Cit.*

⁷Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), hlm.

Menurut Ahmad Ifham tabungan *wadi'ah* adalah:

Tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah*, Bank Syariah dapat menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, di mana Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan dana atau barang tersebut.⁸

Adapun keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan tersebut menjadi milik bank. Sebagai imbalan, si penyimpan mendapat jaminan keamanan terhadap hartanya. Meskipun begitu, bank sebagai penerima titipan, sekaligus juga pihak yang telah memanfaatkan dana tersebut, tidak dilarang untuk memberikan bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.

Dalam dunia perbankan pemberian insentif semacam ini disebut sebagai *banking policy* hal ini dilakukan untuk merangsang semangat masyarakat dalam menabung. Hal ini karena semakin besar nilai keuntungan yang diberikan kepada penabung dalam bentuk bonus, semakin efisien pula pemanfaatan dana tersebut dalam investasi yang produktif dan menguntungkan.⁹

Biasanya nasabah tabungan *wadi'ah* akan memperoleh buku ataupun kartu yang berisi laporan bank atas penatausahaan simpanan nasabah baik mutasi debit ataupun mutasi kredit. Jenis simpanan ini memiliki kelemahan yakni keterbatasan sistem

⁸Ahmad Ifham, *Ini Loh Bank Syariah: Memahami Bank Syariah dengan Mudah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 63.

⁹*Ibid.*, hlm. 68.

penarikan. Untuk melakukan transaksi penarikan, penyetoran dana ataupun transaksi lainnya, nasabah harus datang ke *counter* bank untuk melakukan verifikasi tanda tangan yang tertera pada buku tabungan.

Di samping pengembangan fasilitasnya, masih ada satu kelemahan sistem tabungan yakni pembatasan nilai penarikan melalui ATM. Hal ini terkait dengan risiko yang harus ditanggung oleh bank seperti penyediaan dana di ATM dan pembobolan ATM oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Jadi, jenis simpanan ini kurang cocok digunakan oleh para pengusaha dengan transaksi yang besar.

6) Tabungan *Mudhārabah*

Menurut Muhammad tabungan *mudhārabah* merupakan “Simpanan/tabungan pemilik dana yang telah disepakati sebelumnya. Pada simpanan *mudhārabah* tidak diberikan bunga sebagai pembentukan laba bagi Bank Islam tetapi diberikan bagi hasil.”¹⁰

Dalam mengelola harta *mudhārabah*, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan *mudhārabah* dibebankan langsung ke rekening tabungan *mudhārabah* pada saat perhitungan

¹⁰Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 101.

bagi hasil. Perhitungan bagi hasil tabungan *mudhārabah* akan dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan dibuku awal bulan berikutnya.¹¹

7) Simpanan Deposito

Selain giro dan tabungan, produk Perbankan Syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana (*funding*) adalah deposito. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan deposito adalah:

Investasi dana berdasarkan akad *mudhārabah*/akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah.¹²

Menurut DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 tentang deposito, “deposito pada Bank Syariah dijalankan berdasarkan prinsip *mudhārabah*.”¹³ Adapun akad *mudhārabah* yang digunakan dalam deposito ini merupakan akad *mudhārabah mutlaqah*, yaitu nasabah sebagai pemilik dana tidak memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada bank dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara, maupun objek investasinya.¹⁴

¹¹Adiwarman Karim, *Op.Cit.*, hlm. 359.

¹²Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, *Op.Cit.*

¹³Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2014), hlm. 410.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 412.

2. Biaya Promosi

a. Pengertian Promosi

Para akuntan mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁵

Menurut Lili M. Sadeli perkiraan biaya adalah :

Perkiraan untuk mencatat biaya yang menjadi beban perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Jadi, biaya itu merupakan pengeluaran yang benar-benar untuk melakukan kegiatan usahanya atau dengan kata lain benar-benar terpakai dalam usaha untuk memperoleh pendapatan. Jenis biaya ini sangatlah beraneka ragam, tergantung kebutuhan dari setiap perusahaan. Makin besar perusahaan, maka makin beranekaragam jenis biaya yang diperlukan.¹⁶

Hal ini tergantung untuk apa biaya tersebut dikeluarkan oleh perusahaan, karena besarnya biaya yang dikeluarkan akan berbeda tergantung tujuan dikeluarkannya biaya tersebut. Salah satunya adalah untuk pengeluaran biaya pemasaran, di mana biaya pemasaran merupakan *budget* yang direncanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang biaya pemasaran yang ditanggung perusahaan dari waktu ke waktu selama periode tertentu yang akan datang. Di dalamnya mencakup perencanaan tentang jenis biaya pemasaran, jumlah biaya pemasaran, dan waktu kapan biaya tersebut dibebankan,

¹⁵Charles T. Horgren, Dkk, *Akuntansi dengan Penekanan Manajerial*, Diterjemahkan dari "Cost Accounting, A Managerial Emphasi" oleh P. A. Lestari (Jakarta: PT. GeloraAksaraPratama, 2006), hlm. 31.

¹⁶Lili M. Sadeli, *Dasar-dasar akuntansi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm.36.

yang masing-masing dikaitkan dengan tempat (subbagian) di mana biaya tersebut terjadi.

Menurut Rudianto, yang dimaksud dengan biaya pemasaran ialah “semua biaya yang terdapat serta terjadi di dalam lingkungan bagian pemasaran. Adapun beberapa subbagian yang biasanya terdapat dalam perusahaan antara lain. Subbagian promosi, transaksi, ekspedisi, perlengkapan, pengembangan dan penelitian pasar.”¹⁷

Aktivitas pemasaran adalah aktivitas yang sangat vital bagi perusahaan. Tanpa aktivitas pemasaran maka tidak akan ada pendapatan bagi perusahaan. Tanpa pendapatan bagi perusahaan maka tidak akan ada laba yang diperoleh perusahaan dan tanpa memperoleh laba usaha, maka tujuan perusahaan tidak akan dapat tercapai.

Karena itu, aktivitas pemasaran perlu direncanakan sebaik-baiknya, untuk menjamin bahwa produk perusahaan akan dibeli oleh konsumen. Itu berarti, mencakup seluruh aktivitas promosi, pemberian contoh barang dan lain-lain.¹⁸

Dalam Islam kegiatan pemasaran harus dilakukan dilakukan dengan dasar prinsip-prinsip syariah dan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala.

وَأَنْ لَا يَأْتِيَهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْ لَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تَجْرَةٍ تَكُونُ

¹⁷Rudianto, *Penganggaran* (Jakarta: Erlangga,2009), hlm. 115.

¹⁸*Ibid.*,hlm. 116-117.

29. *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.*¹⁹

Melalui ayat ini Allah mengingatkan, *wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan*, yakni memperoleh harta yang merupakan sarana kehidupan kamu, *di antara kamu dengan jalan yang bathil*, yakni tidak sesuai dengan syariat, tetapi hendaklah kamu peroleh harta itu *dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu*, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama.

Sehingga dari tafsir di atas maka dapat disimpulkan bahwasannya Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh Syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas.²⁰

Adapun salah satu kegiatan pemasaran yang biasa dilakukan oleh peusahaan salah satunya adalah melakukan kegiatan promosi, di mana hampir setiap perusahaan pasti akan melakukan kegiatan

¹⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Diponegoro, 2000), hlm. 65.

²⁰Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid I* (Jakarta: Gema Insani, 1999), hlm. 127.

promosi. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada beberapa macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.²¹

b. Jenis Promosi

Perusahaan harus mengalokasikan anggaran promosinya di antara lima alat promosi (*promotion tools*). *Marketing communication mix* (bauran komunikasi pemasaran) = *promotion tools* (alat-alat promosi), terdiri atas:

- 1) Periklanan (*advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Dengan menggunakan alat bantu spanduk, radio, televise, brosur, majalah dan sebagainya²²
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa dengan cara memberikan penurunan harga melalui pemberian kupon, undian, pemberian sampel, serta paket harga dan garansi produk.

²¹Kasmir & Jakfar, *Op.Cit.*, hlm. 59.

²²Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2008), hlm. 222.

- 3) Publisitas (*publicity*) merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat.
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*) adalah interaksi langsung antara si pembeli dan penjual atau antara nasabah dengan pegawai bank. Di mana penjualan pribadi tersebut dilakukan oleh seluruh pegawai bank mulai dari *cleaning service* sampai dengan pejabat bank. Namun secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*. Di mana *personal selling* adalah bentuk komunikasi langsung antara penjual dan pembelinya. Adapun keuntungan yang dapat dirasakan oleh pihak bank dari sistem promosi ini adalah pihak bank dapat langsung bertatap muka dengan calon nasabah serta dapat meminimalisir terjadinya dis-komunikasi antara si calon nasabah dengan pihak bank.

3. Biaya Diklat

a. Pengertian Biaya Diklat

Biaya diklat atau biaya pendidikan dan pelatihan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengembangkan kinerja dari para karyawannya.

Menurut Kasmir, pelatihan memiliki tujuan:

Memberikan keterampilan kepada karyawan sebelum bekerja. Pelatihan juga ditujukan untuk membiasakan calon karyawan

dalam bekerja. Oleh karena itu, dalam pelatihan calon pegawai dilatih cara-cara melaksanakan pekerjaan serta memahami visi dan misi bank.²³

Menurut Sadili Samsudin menyebutkan bahwasannya “Pendidikan berbeda dengan pelatihan. Pendidikan lebih bersifat filosofis dan teoritis. Pendidikan dan pelatihan memiliki tujuan yang sama, yaitu pembelajaran.”²⁴

b. Pendekatan dalam Pemberian Pendidikan dan Pelatihan

Terdapat tiga macam pendekatan pokok dalam pemberian pelatihan, yaitu pendekatan internal, eksternal dan kemitraan.²⁵

1) Pendekatan internal

Pendekatan internal adalah pemberian pelatihan dengan menggunakan fasilitas dari dalam organisasi, seperti pelatihan dengan cara *one on one training, on the job computer based training, formal group instruction*, dan *media based instruction*.

2) Pendekatan eksternal

Pendekatan eksternal adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara mendaftarkan karyawannya pada program pelatihan yang diberikan oleh pemerintah dan perusahaan pelatihan swasta.

3) Pendekatan kemitraan

²³Kasmir, *Op.Cit.*, hlm.156.

²⁴Sadili Samsudin, *Op.Cit.*, hlm. 110.

²⁵*Ibid.*, hlm. 111-112.

Pendekatan kemitraan merupakan pendekatan yang dilakukan di mana pihak bank bekerja sama dengan perguruan tinggi yang memiliki tenaga profesional dalam bidang pendidikan dan pelatihan.

c. Faktor Penyebab Perlunya Pendidikan dan Pelatihan

1) Kualitas angkatan kerja

Kualitas angkatan kerja merupakan sesuatu hal yang sangat penting. Kualitas di sini berarti kesiapsediaan dan potensi angkatan kerja yang ada. Angkatan kerja berkualitas tinggi adalah kelompok yang mengenyam dunia pendidikan dengan baik.

2) Persaingan global

Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan di pasar global yang semakin ketat dan berkembang. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang lebih baik agar tetap dapat *survive* yaitu dengan cara memberikan pendidikan dan pelatihan.

3) Perubahan yang cepat dan terus-menerus

Perubahan terjadi dengan cepat dan terus-menerus. Begitu juga dengan pengetahuan keterampilan yang akan selalu berubah dan berkembang. Dalam keadaan seperti ini sangat penting bagi perusahaan untuk senantiasa memperbarui kemampuan karyawan secara konstan.²⁶

²⁶*Ibid.*, hlm. 113-114.

d. Metode Pelaksanaan Program Diklat

1) *On the job*

Peserta pelatihan langsung diberikan pekerjaan ditempat untuk belajar dan meniru suatu pekerjaan dibawah bimbingan seorang pengawas. Dalam metode ini, selain pemberian teori juga langsung diberikan praktik bagaimana menyelesaikan suatu pekerjaan dengan tepat dan baik. Para peserta juga dapat langsung bertatap muka dengan pelatihnya, sehingga kesulitan-kesulitan yang timbul dalam praktik langsung dapat diperbaiki dan dicoba oleh peserta.²⁷

2) *Vestibule*

Vestibule adalah metode latihan yang dilakukan dalam kelas yang biasanya diselenggarakan dalam suatu perusahaan untuk memperkenalkan pekerjaan kepada karyawan baru dan melatih mereka untuk melakukan pekerjaan tersebut.

Pelatihan ini menyediakan tempat khusus kepada para peserta untuk mempraktikan tiruan pekerjaan yang akan dilakukan.²⁸ Salah satu bentuk dari *vestibule* ini adalah *simulation* yaitu teknik yang dilakukan dengan cara memberikan situasi yang

²⁷Gouzali Saydam, *Built In Training: Jurus Jitu Mengembangkan Profesionalisme SDM* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm.86.

²⁸*Ibid.*

ditampilkan semirip mungkin dengan situasi yang sebenarnya.²⁹ Dengan demikian apabila para peserta kembali ketempat pekerjaannya semula, maka ia akan mampu melaksanakan pekerjaan yang disimulasikan tersebut.

3) *Demonstration and example*

Latihan yang digunakan dengan cara memberikan peragaan dan penjelasan bagaimana cara mengerjakan sesuatu pekerjaan melalui contoh atau percobaan yang didemonstrasikan.

4) *Apprenticeship* atau magang

Teknik yang digunakan untuk mengembangkan keahlian sehingga para karyawan yang bersangkutan dapat mempelajari segala aspek dari pekerjaannya.³⁰ Pelatihan ini sering digunakan untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan tinggi. Dalam metode ini peserta benar-benar diminta perhatian dan mempraktekannya, sehingga nanti setelah kembali ke tempat kerja asal, yang bersangkutan sudah dapat melakukannya atau membuka usahanya sendiri.³¹

4. Inflasi

a. Pengertian Inflasi

Menurut Abdul Manan inflasi adalah “Suatu kenaikan harga-harga dalam tingkat umum yang biasanya karena bertambahnya suplai

²⁹Ike Kusdyah Rachmawati, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2008), hlm. 114.

³⁰Malayu S.P. Hasibuan, *Op.Cit.*, hlm. 77-78.

³¹Gouzali Saydam, *Op.Cit.*, hlm. 86.

uang yang tidak disertai oleh suatu penambahan permintaan yang sesuai.”³²

Secara umum inflasi berarti kenaikan harga secara umum dari barang/komoditi dan jasa selama satu periode waktu tertentu.³³ Inflasi merupakan fenomena ekonomi yang menarik untuk dibahas karena berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi, daya asing, tingkat bunga, dan distribusi pendapatan.³⁴

Pada saat tingkat harga secara umum naik, pembeli harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk jumlah barang dan jasa yang sama. Dengan kata lain, inflasi tidak akan berlanjut jika tidak dibiayai dengan berbagai cara. Jika konsumen tidak dapat menemukan uang lebih untuk membeli barang demi mempertahankan tingkat pembelanjannya, mereka akan membatasi pembelian dengan membeli lebih sedikit yang kemudian pada akhirnya akan membatasi kemampuan penjual untuk menaikkan harga.³⁵

Laju inflasi yang tinggi dan tidak terkendali dapat mengganggu upaya perbankan dalam pengerahan dana masyarakat. Karena tingkat inflasi yang tinggi menyebabkan tingkat suku bunga riil menjadi menurun. Fakta demikian akan mengurangi hasrat masyarakat untuk menabung sehingga pertumbuhan dana perbankan

³²M. Abdul Manan, *Op.Cit.*, hlm. 263.

³³Adiwarman Karim, *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 176.

³⁴Nurul Huda Dkk, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2013), hlm. 176.

³⁵Adiwarman Karim, *Op.Cit.*, hlm. 135.

yang bersumber dari masyarakat akan menurun. Serta kondisi ini juga akan mengakibatkan pengaliran modal ke luar negeri. Masyarakat akan menyimpan uangnya di luar negeri.³⁶

Menurut pendapat N. Gregory Mankiw mengenai tingkat inflasi, menyatakan bahwasannya:

Tingkat inflasi yang lebih tinggi akan menyebabkan tingkat bunga nominal yang lebih tinggi, yang pada gilirannya menurunkan keseimbangan uang rill, jika masyarakat memegang keseimbangan uang rill yang lebih rendah, mereka harus sering-sering ke bank untuk menarik uang, dan hal ini disebut dengan biaya kulit sepatu (*shoeleather cost*) dari inflasi”.³⁷

b. Sumber Penyebab Inflasi

Berdasarkan kepada sumber penyebabnya, umumnya inflasi dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu:

1) Inflasi tarikan permintaan (*demand-pull inflation*)

Inflasi yang diakibatkan oleh perkembangan yang tidak seimbang di antara permintaan dan penawaran barang dalam perekonomian. Di mana permintaan/daya tarik masyarakat kuat terhadap suatu barang namun jumlah produksi barang yang dilakukan tetap. Inflasi ini biasanya terjadi pada masa perekonomian berkembang pesat. Kesempatan kerja yang tinggi menciptakan tingkat pendapatan yang tinggi dan selanjutnya menimbulkan

³⁶Aulia Pohan, *Potret Kebijakan Moneter Indonesia* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), hlm.52.

³⁷Nicholas Gregory Mankiw, *Makro Ekonomi Edisi Keenam*, Diterjemahkan dari “Macroeconomics 6th Edition” oleh Fitria Liza & Imam Nurmawan (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), hlm. 96.

pengeluaran barang dan jasa, pengeluaran yang berlebihan ini akan menimbulkan inflasi.

2) Inflasi desakan (*cost-push inflation*)

Inflasi seperti ini biasanya berlaku ketika kegiatan ekonomi telah mencapai kesempatan kerja penuh. Inflasi ini terjadi bila biaya produksi mengalami kenaikan harga input seperti kenaikan upah minimum, kenaikan BBM, kenaikan bahan baku dan kenaikan input yang lainnya.

3) Pemerintah banyak mencetak uang

Menurut penganut teori kuantitas bahwa terjadinya inflasi disebabkan oleh satu faktor yaitu pemerintah terlalu banyak mencetak uang baru sehingga jumlah uang beredar akan bertambah.³⁸ Apabila jumlah barang tetap namun jumlah uang yang beredar lebih besar 2 kali lipat, maka harga barangpun akan menjadi lebih besar 2 kali lipat.

4) Inflasi diimpor

Inflasi ini terjadi apabila barang-barang impor yang mengalami kenaikan harga yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pengeluaran di perusahaan-perusahaan.³⁹

³⁸Jainuddin Zakaria, *Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Gaung Persada, 2009), hlm. 64.

³⁹Sadono Sukirno, *Op.Cit.*, hlm. 336.

c. Dampak Sosial Ekonomi yang Ditimbulkan Inflasi

1) Distorsi dalam pola investasi

Inflasi menyebabkan nilai uang menjadi lebih mahal dikarenakan daya belinya menurun. Oleh sebab itu, masyarakat akan lebih memilih untuk mengkonversikan uangnya untuk pembelian barang dalam bentuk tidak produktif. Sehingga kegiatan untuk investasi produktif akan berkurang.⁴⁰

2) Redistribusi pendapatan

Inflasi dapat memberikan dampak positif dan negatif terhadap pendapatan masyarakat. Pada kondisi tertentu, seperti ketika terjadi inflasi lunak hal justru akan mendorong para pengusaha untuk memperluas produksi sehingga meningkatkan perekonomian, namun inflasi akan berdampak negatif bagi mereka yang berpenghasilan tetap karena nilai uangnya tetap sedangkan harga barang atau jasa naik.⁴¹

3) Mengganggu neraca pembayaran

Kondisi inflasi akan mengakibatkan perhitungan penetapan harga pokok menjadi sulit karena bisa menjadi terlalu kecil atau terlalu besar. Persentase inflasi yang terjadi dimasa depan sering kali tidak terprediksi dengan akurat. Hal ini kemudian akan membuat proses penetapan harga pokok dan harga jual menjadi

⁴⁰Sritua Arief, *Teori Ekonomi Mikro dan Makro Lanjutan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996), hlm. 245.

⁴¹*Ibid.*, hlm. 246.

tidak akurat. Pada kondisi tertentu inflasi akan membuat para produsen kesulitan dan mengakibatkan kekacauan perekonomian.⁴²

d. Indikator Inflasi

Ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengetahui laju inflasi selama satu periode tertentu, di antaranya adalah:

1) Indeks Harga Konsumen

Indeks Harga Konsumen (IHK) merupakan angka indeks yang menunjukkan tingkat harga barang dan jasa yang harus dibeli konsumen dalam satu periode tertentu.⁴³ IHK merupakan indikator yang paling sering digunakan dalam mengukur tingkat laju inflasi.

Adapun prinsip menghitung inflasi berdasarkan data IHK adalah:⁴⁴

$$\text{Inflasi} = \frac{\text{IHK} - \text{IHK}_{-1}}{\text{IHK}_{-1}} \times 100$$

2) Indeks Harga Perdagangan Besar

Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) atau biasa disebut dengan Indeks Harga Produsen merupakan indeks yang melihat laju inflasi dari sisi produsen. IHPB menunjukkan tingkat harga yang diterima produsen pada berbagai tingkat produksi. Adapun prinsip perhitungan IHPB sama dengan prinsip perhitungan yang digunakan oleh IHK.

⁴²*Ibid.*, hlm. 247.

⁴³Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Op.Cit.*, hlm. 367.

⁴⁴*Ibid.*

3) Indeks Harga Implisit (*deflator* GDP)

Indeks harga lain yang banyak digunakan adalah *deflator* GDP. *Deflator* GDP adalah harga dari semua barang dan jasa yang dihasilkan di dalam negara dari pada konsumen tunggal.⁴⁵

5. Hubungan Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkannya kepada masyarakat luas, di mana dengan adanya kegiatan promosi tersebut diharapkan masyarakat akan mengetahui akan kehadiran beserta kelebihan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga masyarakat tersebut tertarik untuk memilih ataupun membeli produk tersebut karena promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Fachrunnisa menunjukkan bahwasannya “Berdasarkan hasil uji simultan F terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa seluruh *lag* dari variabel biaya promosi memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap perubahan dana pihak ketiga.”⁴⁶

⁴⁵Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus, *Ilmu Makro Ekonomi Edisi Tujuh Belas*, Diterjemahkan dari “Macroeconomics 17th Edition” Oleh Greta, Dkk (Jakarta: PT. Media Global Edukasi, 2001), hlm. 119.

⁴⁶Fachrunnisa, *Op.Cit.*, hlm. 366.

Jadi, berdasarkan penelitian serta uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh atau hubungan terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah.

6. Hubungan Biaya Diklat terhadap Dana Pihak Ketiga

Biaya diklat atau biaya pendidikan dan pelatihan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengembangkan kinerja dari para karyawannya. Di mana dengan pemberian pendidikan dan pelatihan kepada karyawan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta keahlian dari para karyawannya sehingga karyawan tersebut dapat mencapai target ataupun visi misi perusahaan yang diharapkan.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Nuriyanto Al Arif dalam jurnal penelitiannya yang berjudul efektifitas biaya promosi dan biaya diklat terhadap penghimpunan dana pihak ketiga di Bank Syariah menunjukkan bahwa:

Secara individu, uji t yang dilakukan kepada masing-masing variabel independent yaitu biaya promosi dan biaya diklat memberikan hasil yang signifikan, artinya pada kedua variabel bebas tersebut (biaya promosi dan biaya diklat) secara individu mempengaruhi variabel dana pihak ketiga. Hal ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi biaya promosi dan biaya diklat yang dialokasikan oleh Bank Syariah, maka akan semakin meningkatkan pula dana pihak ketiga.⁴⁷

Jadi berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwasannya biaya diklat berpengaruh terhadap dana pihak ketiga. Di mana semakin tinggi biaya diklat yang dialokasikan oleh

⁴⁷Mohammad Nuriyanto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 9.

perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat perolehan dana pihak ketiga.

7. Hubungan Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga

Inflasi adalah suatu kenaikan harga dalam tingkat umum yang biasanya karena bertambahnya suplai uang yang tidak disertai oleh suatu penambahan permintaan yang sesuai. Di mana apabila tingkat inflasi mengalami kenaikan maka minat masyarakat untuk menanamkan modalnya kepada pihak bank akan berkurang hal ini disebabkan apabila inflasi mengalami kenaikan atau sedang tinggi maka tentu saja hal tersebut akan mempengaruhi pengeluaran masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok dikarenakan ketika tingkat inflasi mengalami kenaikan tentu saja hal tersebut juga akan dibarengi dengan kenaikan harga pada kebutuhan pokok yang ada, sehingga hal tersebut juga akan berdampak kepada uang yang disisihkan untuk menabung juga akan berkurang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meika Fatimah, Zaini Abdul Malik, Epi Fitriah menunjukkan bahwa:

Pengaruh variabel inflasi terhadap DPK BSM yaitu, 0.1196 atau 11.96%, pengaruh variabel kurs rupiah terhadap DPK BSM yaitu -0.0133 atau -1.33%, pengaruh variabel *BI rate* terhadap DPK BSM yaitu 0.6137 atau sebesar 61.37%, di mana variabel inflasi kurs rupiah dan *BI rate* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap dana pihak ketiga BSM dengan jumlah nilai koefisien determinasi sebesar 0.7200 atau 72% dan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian yaitu faktor internal seperti jumlah kantor, nisbah bagi hasil, promosi dan hadiah.⁴⁸

⁴⁸Meika Fatimah Dkk, "Analisis Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Mandiri Periode 2009-2013," dalam Prosiding Penelitian SPeSIA, 2015, hlm. 15.

Berdasarkan penelitian dan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh antara inflasi terhadap penghimpunan dana pihak ketiga yang ada.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan biaya promosi, biaya diklat dan inflasi antara lain:

Tabel 5
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Kesimpulan
1	Herli Sopiana (Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya)	Analisis Pengaruh Suku Bunga SBI dan Inflasi terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan di Indonesia	Dari penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwasannya ada pengaruh antara suku bunga SBI dan inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan di Indonesia pada tahun 1984 hingga 2010.
2	Mohammad Nur Rianto Al Arif (Jurnal Ekonomi dan Bisnis UIN Syari Hidayatullah Jakarta)	Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Diklat terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Tahun 2010	Biaya promosi dan biaya diklat memberikan hasil yang signifikan berpengaruh terhadap peningkatan dana pihak ketiga.
3	Puji Lestari (Jurnal Al-Iqtisad UIN Syarif Hidayatullah)	Efektivitas Pengaruh Besaran Biaya Promosi dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga	Biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah dana pihak ketiga. Karena nilai dari t hitung (2.589) > t tabel (1.960), maka secara individu variabel X (besaran biaya promosi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (jumlah dana pihak ketiga). Dengan

			nilai F tabel sebesar 4.67, atau f hitung (6.703) > f tabel (4.67) sehingga dapat disimpulkan bahwa uji F adalah signifikan yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (besaran biaya promosi) mempengaruhi variabel dependen (jumlah dana pihak ketiga).
4	Hermanto (Skripsi Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga, 2008)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah Tahun 2005-2007.	Suku bunga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga, bagi hasil berpengaruh positif secara signifikan terhadap dana pihak ketiga, inflasi tidak berpengaruh terhadap dana pihak ketiga
5	Aldila Nursanti (Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)	Pengaruh Pelatihan Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan CV. Kedai Digital Yogyakarta	Pelatihan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan CV. kedai digital Yogyakarta sebesar 0.037, $p < 0.058$ dengan R^2 pelatihan kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 0.396, dan secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai CV. kedai digital Yogyakarta sebesar 0.456.

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun beberapa hal yang membedakan antara judul peneliti dengan judul penelitian terdahulu, antara lain adalah:

1. Herli Sopiana membahas mengenai analisis pengaruh suku bunga SBI dan inflasi terhadap penghimpunan dana pihak ketiga (dpk) perbankan di Indonesia, di mana dalam penelitian Herli Sopiana menggunakan 2 variabel

independent berupa Suku Bunga SBI dan Inflasi serta 1 variabel dependent yaitu dana pihak ketiga. Sementara peneliti membahas tentang pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap penghimpunan dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah yang menggunakan 3 variabel independent yaitu biaya promosi, biaya diklat dan inflasi dan 1 variabel dependent yaitu dana pihak ketiga. Adapun yang menjadi persamaannya adalah sama-sama meneliti pengaruh Inflasi terhadap dana pihak ketiga yang dihasilkan.

2. Mohammad Nur Rianto Al Arif membahas tentang analisis pengaruh tingkat inflasi, kurs, dan nisbah bagi hasil terhadap dana pihak ketiga di Perbankan Syariah di Indonesia. Sementara peneliti membahas tentang pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap penghimpunan dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Nur Rianto Al Arif menggunakan 3 variabel independent yaitu tingkat inflasi, kurs, dan nisbah bagi hasil dan 1 variabel dependent berupa dana pihak ketiga, sedangkan peneliti menggunakan 1 variabel dependent dengan 3 variabel independent yaitu biaya promosi, biaya diklat dan inflasi. Sedangkan untuk letak persamaannya Mohammad Nur Rianto Al Arif dan peneliti sama-sama meneliti mengenai tingkat inflasi terhadap dana pihak ketiga.
3. Puji Lestari membahas tentang efektivitas pengaruh besaran biaya promosi dalam penghimpunan dana pihak ketiga, di mana penelitian yang dilakukan oleh saudari Puji Lestari menggunakan 1 variabel independent dengan satu variabel dependent. Sedangkan peneliti membahas tentang pengaruh biaya

promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap penghimpunan dana pihak ketiga, di mana penulis menggunakan tiga variabel independent dengan satu variabel dependent. Adapun yang menjadi persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga.

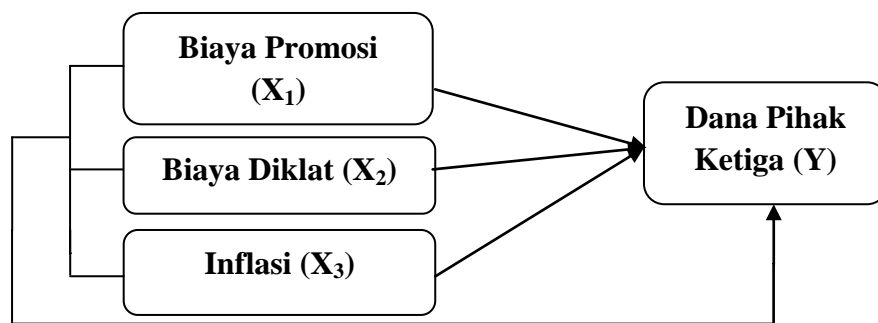
4. Hermanto menggunakan empat variabel independent, yaitu Suku bunga, bagi hasil, PDB, dan inflasi periode 2005-2007. Sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel independent yaitu, biaya promosi, biaya diklat dan inflasi pada periode 2015-2018. Adapun yang menjadi letak persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai tingkat inflasi terhadap dana pihak ketiga.
5. Dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Aldila Nursanti hanya menggunakan dua variabel saja yaitu berupa pelatihan kerja serta pemberian insentif terhadap karyawan sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel yaitu biaya promosi, biaya diklat dan inflasi. Sedangkan untuk persamaannya sama-sama melakukan penelitian dalam pemberian pendidikan pada karyawan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas, promosi merupakan cara bagi pihak bank untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan kepada masyarakat luas, diklat merupakan upaya bagi perusahaan untuk mengembangkan dan

meningkatkan keterampilan karyawan agar dapat bekerja lebih efektif dan efisien, sedangkan inflasi merupakan kenaikan harga yang secara terus-menerus di mana ketiga variabel ini memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap dana pihak ketiga. Selanjutnya akan diuraikan kerangka pikir mengenai hubungan antara variabel biaya promosi (X_1), biaya diklat (X_2) dan inflasi (X_3) dengan dana pihak ketiga (Y) maka dapat digambarkan dalam kerangka pikir sebagai berikut.

Gambar 1
Kerangka pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan pertanyaan pada rumusan masalah dan kerangka pikir, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_1 : Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

- H₂ : Terdapat pengaruh biaya diklat terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.
- H₃ : Terdapat pengaruh inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.
- H₄ : Terdapat pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penulis melakukan penelitian yaitu pada Unit Usaha Syariah sehingga lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis beralamat pada Unit Usaha Syariah, sedangkan untuk data lokasi penelitian beralamat pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI).

Waktu penelitian dimulai pada September 2018 sampai dengan Juni 2019, mulai dari penyusunan proposal sampai dengan penyelesaian laporan yang akan dilakukan oleh peneliti.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹ Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan berupa jenis penelitian asosiatif yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.²

¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana: 2015), hlm. 7.

²*Ibid.*, hlm. 54.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.³ Adapun populasi dalam penelitian adalah seluruh laporan laba rugi yang terkait dengan biaya promosi, biaya diklat, inflasi dan dana pihak ketiga Unit Usaha Syariah dari bulan Januari 2015 sampai Desember 2018 yang berjumlah 48 bulan.

2. Sampel

Sampel adalah suatu porsi atau bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁴ Sampel adalah sebagian objek yang mewakili populasi yang dipilih dengan cara tertentu.⁵ Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri.

Adapun sampel dari penelitian adalah seluruh laporan laba rugi yang terkait dengan biaya promosi, biaya diklat, inflasi dan dana pihak ketiga Unit Usaha Syariah dari bulan Januari 2015 sampai Desember 2018 yang berjumlah 48 bulan. Dalam penelitian ini jumlah sampel kurang dari 100 subjek, maka peneliti mengambil semua sampel yang berjumlah 48 bulan selama tahun 2015 sampai 2018. Dan merupakan bagian dari sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel⁶.

³Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*(Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 51.

⁴Robert D. Merson, *Teknik Statistik: Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 9.

⁵Ahmad Nizar Rangkuti. *Op.Cit.*,hlm. 51.

⁶Juliansyah Noor, *Op.Cit.*, hlm. 156.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kuantitatif berdasarkan dimensi waktu atau *time series* yang bersumber dari data sekunder. Berikut ini merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan cara mempelajari literature yang masih relevan dengan pembahasan penelitian yang berupa buku maupun tulisan ilmiah dalam penyusunan landasan teori yang berhubungan dengan biaya promosi, biaya diklat, inflasi dan dana pihak ketiga.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta fenomena yang aktual sesuai dengan masalah penelitian dan dokumen.⁷ Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari laporan laba rugi keuangan Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 melalui www.ojk.go.id serta laporan tingkat inflasi berupa Indeks harga konsumen yang dipublikasikan oleh www.bi.go.id.

⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm 144.

a) Dana Pihak Ketiga

Dana pihak ketiga merupakan sumber dana terbesar yang dapat dihimpun oleh Bank Syariah, yang mana dana pihak ketiga ini dapat diperoleh pihak bank dengan cara menghimpunnya dari masyarakat luas. Pada umumnya dana pihak ketiga ini dapat dicerminkan dengan mengakumulasikan produk penghimpunan dana seperti giro, deposito, dan tabungan. Sehingga dana pihak ketiga dapat diperoleh dengan:⁸

$$\text{Dana Pihak Ketiga} = \text{Giro} + \text{Deposito} + \text{Tabungan}$$

b) Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan sumber daya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasa yang dihasilkannya. Sehingga masyarakat mengenal produk tersebut dan mengetahui kelebihan produk yang dihasilkannya dibandingkan dengan produk lainnya. Sehingga total biaya promosi dapat diperoleh dengan menjumlahkan atau mengakumulasikan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengenalkan produknya.

c) Biaya Diklat

Biaya diklat adalah sumberdaya yang dikorbankan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawannya agar karyawan tersebut dapat bekerja lebih efektif dan efisien sehingga dapat mencapai visi misi atau target yang diharapkan. Adapun total biaya diklat dapat

⁸Herman Darmawi, *Op.Cit.*, hlm. 199.

diperoleh dengan menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan program diklat.

d) Inflasi

Inflasi merupakan tingkat kenaikan harga barang maupun jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat pada waktu tertentu. Inflasi ini dapat diukur dengan menggunakan rumus:⁹

$$\text{Inflasi} = \frac{IHK - IHK_{-1}}{IHK_{-1}} \times 100$$

Keterangan:

IHK : Indeks harga konsumen tahun berjalan

IHK₁ : Indeks harga konsumen tahun berikutnya

E. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kolmogrov-smirnov, dengan melihat pada nilai sig (signifikan). Jika signifikannya > 0.05 maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0.05 maka variabel tidak terdistribusi normal.¹⁰

⁹Pratama Rahardja & Mandala Manurung, *Op.Cit.*, hlm. 367.

¹⁰Juliansyah Noor, *ibid.*, hlm. 178

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk melihat adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel penjelas dari model regresi ganda.¹¹

Di mana apabila nilai tolerance > 0.10 maka itu berarti telah terjadi multikolinearitas terhadap data yang telah diuji atau apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10.00 maka itu berarti telah terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.¹²

b) Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dari model regresi linear berganda. Adapun metode pengujian yang digunakan dengan cara melihat grafik *scatterplot*, yang didasarkan pada:

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heterokedasitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.¹³

¹¹Setiawan & Dwi Endah Kusini, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 82.

¹²Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara: 2011), hlm. 176.

¹³Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PustakaBaruPress, 2015), hlm. 159.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan analisis yang bertujuan untuk menunjukkan pengaruh matematis antara variabel respon dengan variabel penjelas. Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah regresi berganda untuk menguji variabel independent dengan variabel dependent, apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila variabel independent mengalami kenaikan atau malah sebaliknya.

Adapun persamaan regresinya adalah:¹⁴

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

Keterangan:

Y = Dana Pihak Ketiga

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Biaya Promosi

X_2 = Biaya Diklat

X_3 = Inflasi

e = eror

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji R^2 dilakukan untuk menilai seberapa besar kemampuan biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah di Indonesia.

¹⁴Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT. Budi Aksara, 2008), hlm.74.

Nilai koefisien R^2 adalah 0-1 ($0 < R < 1$). Nilai yang mendekati nol berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent semakin terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan variabel independent dapat menjelaskan keseluruhan apa yang terjadi pada variabel dependent.

5. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial dengan T-test

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu.¹⁵ Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga maka digunakan tingkat signifikan 0.05. kriteria ujinya adalah:¹⁶

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) Uji Simultan dengan F-test

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan. Adapun ketentuan pada uji F adalah:¹⁷

a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c) Jika nilai sig < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

¹⁵Syofyan Siregar, *Statistic Parametric*(Jakarta: PT. Budi Aksara, 2013), hlm. 194.

¹⁶*Ibid.*

¹⁷*Ibid.*, hlm 195.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Unit Usaha Syariah

1. Sejarah

Menurut Undang-undang Nomor 21 Tentang Perbankan Syariah, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya, bank merupakan lembaga yang memiliki tiga fungsi utama dalam melaksanakan kegiatannya, yaitu berupa menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Dalam sejarah ekonomi Islam kegiatan tersebut telah dilakukan sejak zaman Rasulullah Saw hingga sekarang.

Perkembangan praktik Perbankan Syariah terus dilakukan, di mana usaha pengembangan praktik bank berbasis syariah ini pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan 1940-an, namun usaha ini tidak berjalan dengan baik, kemudian dilakukan lagi di Pakistan pada tahun 1950-an. Hingga pada tahun 1963 di Mesir berdirilah *Mith Ghamr Local Saving Bank* yang disambut baik oleh masyarakat pada saat itu. Kesuksesan *Mith Ghamr Local Saving Bank* ini memberikan inspirasi bagi umat Muslim di seluruh dunia.

Di Indonesia sendiri pendirian Bank Syariah pertama kali didirikan pada tahun 1992 dan bank tersebut adalah Bank Muamalat Islam. Dan

pendirian bank ini sendiri di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia. Hingga saat sekarang ini Bank Syariah terus mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan jumlah Bank Syariah yang ada yaitu sebesar 13 Bank Syariah dan 21 Unit Usaha Syariah.

Unit Usaha Syariah sendiri menurut Undang-undang Nomor 21 Tentang Perbankan Syariah merupakan unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya Unit Usaha Syariah merupakan unit usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang dilakukan oleh bank konvensional. Berikut ini merupakan daftar dari Unit Usaha Syariah yang ada di Indonesia.

Tabel 4.1
Daftar Unit Usaha Syariah periode tahun 2015-2018

No	Nama Bank
1	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
2	PT Bank Permata, Tbk
3	PT Bank Internasional Indonesia, Tbk
4	PT Bank CIMB Niaga, Tbk
5	PT Bank OCBC NISP, Tbk
6	PT Bank Sinarmas
7	PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.
8	PT BPD DKI

9	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
10	PT BPD Jawa Tengah
11	PT BPD Jawa Timur, Tbk
12	PT Bank Aceh
13	PT BPD Sumatera Utara
14	PT BPD Jambi
15	PT BPD Sumatera Barat
16	PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
17	PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
18	PT BPD Kalimantan Selatan
19	PT BPD Kalimantan Barat
20	PD BPD Kalimantan Timur
21	PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat

Sumber: www.ojk.go.id

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas

Tabel 4.2
Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	35.70758242
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.056
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai asymp sig. > 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terdistribusi normal dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari Multikolinearitas adalah “Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.1”.

Tabel 4.3
Hasil uji Multikolinearitas

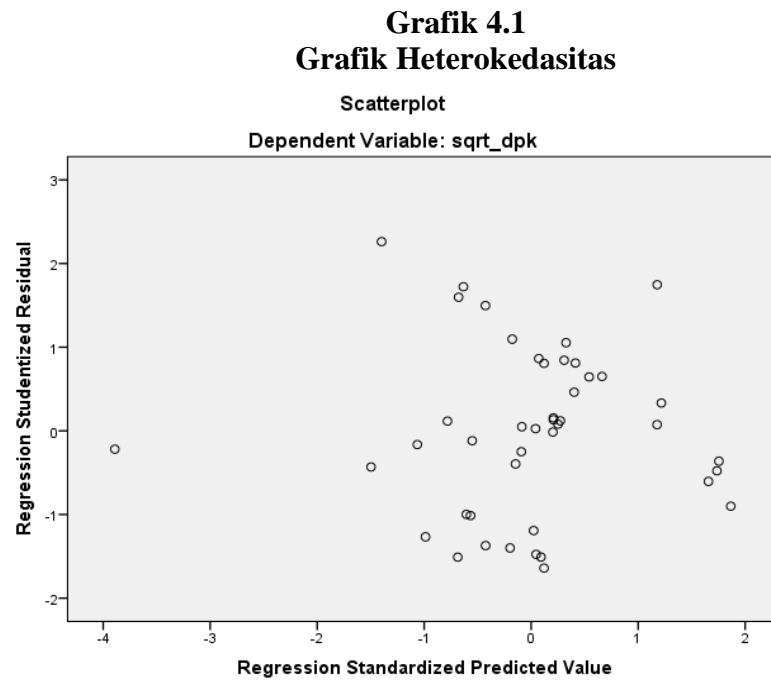
		Coefficients ^a		
		Collinearity Statistics		
Model		B	Tolerance	VIF
1	(Constant)	153.428	.261	3.834
	sqrt_promosi	30.014	.289	3.465
	sqrt_diklat	-44.206	.821	1.218
	sqrt_inflasi	-36.641	.261	3.834

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan terdapat multikolinearitas adalah jika nilai VIF > 10. Dan berdasarkan tabel di atas biaya promosi 3.465 < 10 dan nilai tolerance 0.289 > 0.1 tidak terjadi multikolinearitas, biaya diklat 1.218 < 10 dan nilai tolerance 0.821 > 0.1 tidak terjadi multikolinearitas dan inflasi 3.834 < 10 dan nilai

tolerance $0.261 > 0.1$ tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya ketiga variabel independen tersebut tidak mengalami multikolinearitas.

b. Uji Heterokedasitas



Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Dari output di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedasitas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.4
Hasil uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	153.428	34.936	
sqrt_promosi	30.014	5.401	1.039
sqrt_diklat	-44.206	12.277	-.640
sqrt_inflasi	-36.641	12.821	-.301

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$DPK = 153.428 + 30.014 X_1 - 44.206 X_2 - 36.641 X_3 + e$$

- a) Nilai konstanta sebesar 153.428 satuan menyatakan bahwa jika biaya promosi, biaya diklat dan inflasi diasumsikan 0 maka terhadap perolehan dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah sebesar 153.428 satuan.
- b) Nilai koefisien regresi biaya promosi adalah sebesar 30.014. Apabila biaya promosi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka biaya promosi mengalami peningkatan, dan sebaliknya apabila biaya promosi mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka biaya promosi juga mengalami penurunan.
- c) Nilai koefisien regresi biaya diklat sebesar -44.206. Di mana biaya diklat memiliki hubungan yang berlawanan arah. Hal ini berarti bahwa apabila biaya diklat mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka biaya diklat akan mengalami penurunan, dan sebaliknya apabila biaya

diklat mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka biaya diklat juga mengalami peningkatan.

- d) Nilai koefisien regresi inflasi adalah sebesar -36.641. Di mana inflasi memiliki hubungan yang berlawanan arah. Hal ini berarti bahwa apabila inflasi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka inflasi akan mengalami penurunan, dan sebaliknya apabila inflasi mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka inflasi juga mengalami peningkatan.

4. Uji Hipotesis

a) Uji T

Tabel 4.5
Hasil uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	153.428	34.936		4.392	.000
sqrt_promosi	30.014	5.401	1.039	5.557	.000
sqrt_diklat	-44.206	12.277	-.640	-3.601	.001
sqrt_inflasi	-36.641	12.821	-.301	-2.858	.007

a. Dependent Variable: ln_dpk

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Hasil uji parsial pada tabel dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel biaya promosi adalah 5.557 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $48 - 3 - 1 = 44$, hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1.68023, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.557 > 1.68023$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya adanya pengaruh antara biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai

signifikan variabel biaya promosi memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t biaya promosi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

Hasil uji t_{hitung} untuk variabel biaya diklat adalah -3.601 untuk t_{tabel} 1.68023 ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-3.601 < 1.68023$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya tidak adanya pengaruh antara biaya diklat terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikan variabel biaya diklat memiliki nilai signifikan sebesar 0.001 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.001 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t biaya diklat berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Namun, Karena nilai t_{hitung} menunjukkan arah negatif, maka biaya diklat memiliki hubungan yang timbal balik terhadap dana pihak ketiga. Artinya semakin tinggi biaya diklat maka akan mengakibatkan penurunan dana pihak ketiga, sebaliknya semakin rendah persentase biaya diklat maka akan mengakibatkan peningkatan dana pihak ketiga.

Sedangkan untuk hasil uji t_{hitung} untuk variabel inflasi adalah -2.858 dan untuk t_{tabel} 1.68023 ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2.858 < 1.68023$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan

bahwasannya tidak adanya pengaruh antara inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikan variabel inflasi memiliki nilai signifikan sebesar 0.007 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.007 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t inflasi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Namun, Karena nilai t_{hitung} menunjukkan arah negatif, maka inflasi memiliki hubungan yang timbal balik terhadap dana pihak ketiga. Artinya semakin tinggi inflasi maka akan mengakibatkan kenaikan dana pihak ketiga, sebaliknya semakin rendah persentase inflasi maka akan mengakibatkan penurunan dana pihak ketiga.

b) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga.

Tabel 4.5
Hasil uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95459.753	3	31819.918	23.215	.000 ^b
	Residual	54826.352	40	1370.659		
	Total	150286.105	43			

a. Dependent Variable: DPK

b. Predictors: (Constant), inflasi, diklat, promosi

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Hasil uji signifikan pada tabel dapat dijelaskan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23.215 > 2.80$) maka itu berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan adanya pengaruh dan nilai signifikan < 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi, biaya diklat dan inflasi berpengaruh secara simultan terhadap dana pihak ketiga pada pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Dalam penelitian ini untuk mengetahui kontribusi dari pengaruh biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga. Adapun hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.608	37.02241

a. Predictors: (Constant), inflasi, diklat, promosi

b. Dependent Variable: DPK

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS versi 23

Hasil koefisien determinasi pada tabel dapat dilihat bahwa nilai $r = 0.797$ artinya korelasi antara variabel biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga telah terjadi hubungan sebesar 0.797. Nilai R

square sebesar 0.635 artinya variabel biaya promosi, biaya diklat dan inflasi mampu menjelaskan variabel dependen atau dana pihak ketiga sebesar 63.5 % sedangkan 36.5 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan oleh peneliti seperti pendapatan, SBI, dan jumlah kantor.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Menurut kasmir dalam praktiknya suatu perusahaan melakukan kegiatan promosi demi meningkatkan penjualan dan laba dengan cara berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi calon nasabah bank, serta berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas.

Berdasarkan hasil penelitian biaya promosi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.557 > 1.68023$) dan nilai signifikan < 0.05 ($0.00 < 0.05$). Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang ditemukan Fachrunnisa yang berjudul Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menunjukkan bahwasannya “Berdasarkan hasil uji simultan F terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa seluruh *lag* dari variabel biaya promosi memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap perubahan dana pihak ketiga.”.

Jadi kesimpulannya bahwasannya biaya promosi berpengaruh terhadap peningkatan dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.

2. Pengaruh Biaya Diklat Terhadap Dana Pihak Ketiga

Menurut pendapat Frans M. Royan yang menyatakan bahwasannya pemberian pendidikan dan pelatihan terhadap karyawan dapat meningkatkan penjualan perusahaan dalam hal ini dana pihak ketiga pada Bank Syariah.

Namun berdasarkan hasil penelitian ini justru berbanding terbalik dengan pendapat Frans M Royan di mana Biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-3.601 < 1.68023$) dan nilai signifikan < 0.05 ($0.001 < 0.05$) dikarenakan t_{hitung} menunjukkan arah negatif maka biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga. Di mana hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat dan Agus Maolana Hidayat menyebutkan bahwasannya “*partially or individual training negative effect was not significant to the 3rd party funds*” (pelatihan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap dana pihak ketiga). Begitu pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saefuddin Zuhdi dan Christian Stefanus Natan yang menyebutkan bahwa “hubungan pelatihan dengan volume penjualan tidak signifikan, di mana nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.333 < 1.860$).”

Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh I Made Kurnia Wibawa, dkk yang menyebutkan bahwasannya, “ ada

beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan diklat dalam meningkatkan produktivitas karyawan, di antaranya adalah kurangnya persiapan sarana penunjang diklat, pemilihan infrastruktur yang selektif, belum adanya evaluasi pelaksanaan pelatihan yang lebih mendalam pada peserta, kompensasi yang rendah, serta proses perekrutan karyawan yang rendah.”

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya dalam penelitian ini biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Di mana berdasarkan pengamatan peneliti hal ini di pengaruhi oleh keadaan ekonomi makro Indonesia yang masih belum stabil, sehingga seberapa banyak pun kegiatan diklat dilakukan jika kondisi pasar masih lesu maka hal tersebut tidak akan meningkatkan penjualan dalam hal ini perolehan dana pihak ketiga, di tambah dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat menyebabkan sulitnya bagi pihak bank untuk menghimpun dana pihak ketiga dari masyarakat.

3. Pengaruh Inflasi Terhadap Dana Pihak Ketiga

Inflasi adalah kenaikan harga barang ataupun jasa pada waktu periode tertentu. Di mana menurut adiwarman karim dalam bukunya ekonomi makro menyebutkan bahwasannya inflasi mempengaruhi perekonomian terutama dalam fungsi tabungan, Pada saat tingkat harga secara umum naik, pembeli harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk jumlah barang dan jasa yang sama. Termasuk untuk memenuhi kebutuhan pokoknya di mana ketika inflasi naik maka pengeluaran masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokoknya juga akan ikut bertambah yang

secara otomatis akan mengurangi uang yang disisihkan untuk menabung juga akan ikut berkurang.

Namun berdasarkan hasil penelitian ini Inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2.858 < 1.68023$) dan nilai signifiakan < 0.05 ($0.007 < 0.05$) maka H_0 diterima. Dikarenakan t_{hitung} menunjukkan arah negatif maka biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh serti orida yang menyatakan bahwasannya inflasi berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya inflasi memiliki pengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga hal ini disebabkan masyarakat ataupun nasabah sudah terbiasa dengan inflasi yang terjadi, sehingga mereka sudah dapat merencanakan alokasi dana yang akan digunakan baik untuk konsumsi ataupun investasi. Selain itu tingkat inflasi yang terjadi pada periode tahun 2015-2018 masih terbilang dikategorikan dalam inflasi ringan yaitu berada sekitar 3-7%. Sehingga tersebut tidak terlalu mempengaruhi dana pihak ketiga.

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun

dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

- a. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis masih kurang.
- b. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka penulis mengambil beberapa kesimpulannya itu sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.557 > 1.68023$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya adanya pengaruh antara biaya promosi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikan variabel biaya promosi memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t biaya promosi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasannya biaya diklat berpengaruh negatif terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwasannya nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-3.601 < 1.68023$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya tidak adanya pengaruh antara biaya diklat terhadap dana pihak ketiga pada Unit

Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikan variabel biaya diklat memiliki nilai signifikan sebesar 0.001 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.001 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t biaya diklat berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah 2015-2018. Namun, Karena nilai t_{hitung} menunjukkan arah negatif, maka biaya diklat memiliki hubungan yang timbal balik terhadap dana pihak ketiga. Artinya semakin tinggi biaya diklat maka akan mengakibatkan penurunan dana pihak ketiga, sebaliknya semakin rendah persentase biaya diklat maka akan mengakibatkan peningkatan dana pihak ketiga.

3. Tidak adanya pengaruh inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2.858 < 1.68023$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya tidak adanya pengaruh antara inflasi terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikan variabel inflasi memiliki nilai signifikan sebesar 0.007 sehingga nilai signifikan < 0.05 ($0.007 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t inflasi berpengaruh terhadap dana pihak ketiga pada Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018. Namun, Karena nilai t_{hitung} menunjukkan arah negatif, maka inflasi memiliki hubungan yang timbal balik terhadap dana pihak ketiga. Artinya semakin tinggi inflasi maka akan mengakibatkan kenaikan dana pihak ketiga,

sebaliknya semakin rendah persentase inflasi maka akan mengakibatkan penurunan dana pihak ketiga.

4. Secara simultan dengan taraf signifikansi 0.05 menyatakan bahwa antara variabel biaya promosi, biaya diklat dan inflasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dana pihak ketiga di Unit Usaha Syariah tahun 2015-2018 dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23.215 > 2.80$) dan nilai signifikan < 0.05 ($0.000 < 0.05$).
5. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R) dapat diketahui bahwa nilai $r = 0.635$ artinya korelasi antara variabel biaya promosi, biaya diklat dan inflasi terhadap dana pihak ketiga terjadi hubungan yang kuat. Nilai R^2 sebesar 63.5 % sedangkan 36.5 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan oleh peneliti seperti pendapatan, SBI dan jumlah kantor.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti untuk peneliti selanjutnya agar bisa meneliti lebih spesifik lagi karena masih banyak Pengaruh lain yang dapat di analisis pada peningkatan dana pihak ketiga.
2. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2004.
- ,*Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Ahmad Ifham, *Ini Loh Bank Syariah: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013.
- Charles T. Horgren, Dkk, *Akuntansi dengan Penekanan Manajerial*, Diterjemahkan dari “Cost Accounting, A Managerial Emphasi” oleh P. A. Lestari, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2006.
- Colin Mcliver & Geoffrey Naylor, *Pemasaran Jasa Keuangan* Diterjemahkan dari “Marketing Financial Services” Oleh A Hasymi Ali, Jakarta: Bina Aksara, 1987.
- Eko Wisnu Mubiyardi,” Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia (Periode Triwulan I 2013 – Triwulan III 2017),” dalam *jurnal terbuka*, 2018.
- Ernawati, “Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Perbankan Syariah Indonesia,” dalam *Proceeding Of International Conference On Multidisciplinary Research*, 2016.
- Fachrunnisa, “Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah,” dalam *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Volume 10, No. 2, Oktober 2017.
- Frans M. Royan, *Sukses Menjadi Sales Supervisor Hebat: Trik Jitu Mencetak Penjualan Fantastis dengan Memberdayakan Sales Supervisor*, Jakarta: PT.Gramedia PustakaUtama, 2013.
- Gouzali Saydam, *Built In Training: Jurus Jitu Mengembangkan Profesionalisme SDM* , Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Hasibuan, Malayu S.P., *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010.
- Herli Sopiana, “Analisis Pengaruh Suku Bunga SBI dan Inflasi Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan di Indonesia,” dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 10, No. 1.
- Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT. Budi Aksara, 2008.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2011.
- Jainuddin Zakaria, *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Gaung Persada, 2009.
- Juhaya S Praja, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2008.
- , *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Prenamedia Group, 2015.
- Lili M.Sadeli, *Dasar-dasar akuntansi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- M. Abdul Manan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Meika Fatimah Dkk, “*Analisis Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2009-2013*,” Prosiding Penelitian SPeSIA, 2015.
- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- , *Bank Syariah: Problema dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Muhammad Nasib Ar-Rifa’i, *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid I*, Jakarta: Gema Insani, 1999.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara: 2011.
- M. Abdul Manan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Mohammad Nur Rianto Al Arif, “Efektifitas Biaya Promosi dan Biaya Diklat terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah,” dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 15, No. 3, Desember 2010.
- Nicholas Gregory Mankiw, *Makro Ekonomi Edisi Keenam*, Diterjemahkan dari “*Macroeconomics 6th Edition*” oleh Fitria Liza & Imam Nurmawan, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2007.

- Nurul Huda Dkk, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2013.
- Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus, *Ilmu Makro Ekonomi Edisi Tujuh Belas*, Diterjemahkan dari “Macroeconomics 17th Edition” Oleh Greta, Dkk, Jakarta: PT. Media Global Edukasi, 2001.
- Pohan, Aulia, *Potret Kebijakan Moneter Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi & Makroekonomi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Puji Lestari, “Efektivitas Pengaruh Besaran Biaya Promosi dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga,” dalam *Jurnal Al Iqtishad*, Volume I, No. 2, Juli 2009.
- Rangkuti, Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Ritonga Nurimah, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2010-2014”, Skripsi: IAIN Padangsidempuan, 2017.
- Robert D.Merson, *Teknik Statistik: Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Rudianto, *Penganggaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2006.
- Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi: Teori dan Pengantar*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Setiawan Dan Dwi Endah Kusini, *Ekonometrika*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Siregar, Syofyan, *Statistic Parametric*, Jakarta: PT Budi Aksara, 2013.
- Sritua Arief, *Teori Ekonomi Mikro dan Makro Lanjutan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996.
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2014.

Sutono & Batista Sufa Kefi, "Pengaruh Faktor Makro Ekonomi terhadap Penghimpunan Dana Pada Bank Umum di Indonesia," dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Volume XX, No. 34, April 2012.

T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2012.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Veithzal Rivai Dkk, *Bank dan Fincial Instituti On Management Conventional & Syariah System*, Jakarta: PT. RajagrafindoPersada, 2007.

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Siti Hartinah
Nama Panggilan : Tinah
Nim : 1440100168
Tempat, Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 17 Juli 1996
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Lengkap : Jl. Jati No. 11, Kelurahan kantin, Kecamatan
Padangsidimpuan Utara
Telpon/Hp : 0813 7093 8140
Kewarganegaraan : Indonesia

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Ali Amri Pakpahan
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Siti Marfuah
Pekerjaan : Wiraswasta

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200108 Padangsidimpuan (2007)
2. SMP Negeri 6 Padangsidimpuan (2010)
3. MAN 2 Model Padangsidimpuan (2013)
4. Masuk IAIN Padangsidimpuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2014)

Lampiran 1.

Perhitungan Dana Pihak Ketiga Periode Tahun 2015-2018

Rumus:

DPK= Giro + Tabungan + Deposito

Contoh:

Rp 4.966 + Rp 13.260 + Rp 28.244 = Rp 46.470

Bulan	Giro Milyar Rp	Tabungan Milyar Rp	Deposito Milyar Rp	Dana Pihak Ketiga Milyar Rp
Januari 2015	4.966	13.260	28.244	46.470
Februari 2015	4.610	13.662	2.910	21.182
Maret 2015	5.267	13.153	29.535	47.955
April 2015	5.407	13.732	30.435	49.574
Mei 2015	6.018	13.859	31.086	50.963
Juni 2015	5.580	11.525	31.009	48.114
Juli 2015	5.769	14.315	30.619	50.703
Agustus 2015	6.191	14.353	31.252	51.796
September 2015	6.070	14.841	32.236	53.147
Oktober 2015	6.311	14.520	32.790	53.621
November 2015	6.020	14.667	32.798	53.485
Desember 2015	6.322	15.921	34.038	56.281
Januari 2016	5.631	15.602	34.630	55.863
Februari 2016	5.938	16.404	35.645	57.987
Maret 2016	6.043	15.958	35.876	57.877
April 2016	6.143	16.682	36.847	59.672
Mei 2016	7.025	17.055	39.932	64.012
Juni 2016	6.897	18.206	39.182	64.285
Juli 2016	6.945	18.479	38.991	64.415
Agustus 2016	6.691	19.083	40.136	65.910
September 2016	6.851	18.580	39.114	64.545
Oktober 2016	6.590	18.556	40.070	65.216
November 2016	7.468	19.106	41.573	68.147
Desember 2016	8.320	20.455	44.152	72.927
Januari 2017	8.400	20.305	43.226	71.931
Februari 2017	7.772	20.976	43.907	72.655
Maret 2017	8.468	21.504	43.006	72.978
April 2017	8.260	21.601	43.083	72.944
Mei 2017	8.479	21.681	45.054	75.214

Juni 2017	9.035	22.310	46.248	77.593
Juli 2017	9.293	22.503	47.762	79.558
Agustus 2017	9.096	22.760	51.711	83.567
September 2017	10.289	23.082	52.856	86.227
Oktober 2017	9.698	23.198	56.271	89.167
November 2017	10.075	23.391	56.493	89.959
Desember 2017	13.777	23.869	58.849	96.495
Januari 2018	12.546	24.291	59.030	95.867
Februari 2018	13.549	24.510	54.626	92.685
Maret 2018	12.845	24.274	57.970	95.089
April 2018	12.507	24.335	58.565	95.407
Mei 2018	13.019	24.995	59.741	97.755
Juni 2018	14.015	25.595	60.533	100.143
Juli 2018	13.100	25.736	59.762	98.598
Agustus 2018	13.082	25.519	60.350	98.951
September 2018	13.350	24.955	65.658	103.963
Oktober 2018	12.781	24.976	67.213	104.970
November 2018	13.442	24.829	65.395	103.666
Desember 2018	16.043	26.394	71.786	114.223

Lampiran 2.

Biaya Promosi Periode Tahun 2015-2016
Dalam Milyar Rupiah

No	Bulan	Tahun 2015 (Milyar Rp)	Tahun 2016 (Milyar Rp)	Tahun 2017 (Milyar Rp)	Tahun 2018 (Milyar Rp)
1	Januari	3	3	4	7
2	Februari	5	6	8	13
3	Maret	9	10	14	16
4	April	10	15	20	21
5	Mei	14	19	26	30
6	Juni	23	27	34	35
7	Juli	28	31	42	42
8	Agustus	30	39	50	50
9	September	36	42	55	54
10	Oktober	38	51	66	64
11	November	45	53	73	75
12	Desember	56	70	89	92

Lampiran 3.

Perkembangan Inflasi Periode Tahun 2015-2018

Rumus:

$$\text{Inflasi} = \frac{IHK - IHK_{-1}}{IHK_{-1}} \times 100$$

Contoh:

$$\frac{118,71 - 110,99}{110,99} \times 100 = 6,96$$

Bulan	Indeks Harga Konsumen Tahun Berjalan	Indeks Harga Konsumen Tahun Sebelumnya	Inflasi
Januari 2015	118,71	110,99	6,96
Februari 2015	118,28	111,28	6,29
Maret 2015	118,48	111,37	6,38
April 2015	118,91	111,35	6,79
Mei 2015	119,50	111,53	7,15
Juni 2015	120,14	112,01	7,26
Juli 2015	121,26	113,05	7,26
Agustus 2015	121,73	113,58	7,18
September 2015	121,67	113,89	6,83
Oktober 2015	121,57	114,42	6,25
November 2015	121,82	116,14	4,89
Desember 2015	122,99	119	3,35
Januari 2016	123,62	118,71	4,14
Februari 2016	123,51	118,28	4,42
Maret 2016	123,75	118,48	4,45
April 2016	123,19	118,91	3,60
Mei 2016	123,48	119,50	3,33
Juni 2016	124,29	120,14	3,45
Juli 2016	125,15	121,26	3,21
Agustus 2016	125,13	121,73	2,79
September 2016	125,41	121,67	3,07
Oktober 2016	125,59	121,57	3,31
November 2016	126,18	121,82	3,58
Desember 2016	126,71	122,99	3,02
Januari 2017	127,94	123,62	3,49

Februari 2017	128,24	123,51	3,83
Maret 2017	128,22	123,75	3,61
April 2017	128,33	123,19	4,17
Mei 2017	128,83	123,48	4,33
Juni 2017	129,72	124,29	4,37
Juli 2017	130,00	125,15	3,88
Agustus 2017	129,91	125,13	3,82
September 2017	130,08	125,41	3,72
Oktober 2017	130,09	125,59	3,58
November 2017	130,35	126,18	3,30
Desember 2017	131,28	126,71	3,61
Januari 2018	132,10	127,94	3,25
Februari 2018	132,32	128,24	3,18
Maret 2018	132,58	128,22	3,40
April 2018	132,71	128,33	3,41
Mei 2018	132,99	128,83	3,23
Juni 2018	133,77	129,72	3,12
Juli 2018	134,14	130,00	3,18
Agustus 2018	134,07	129,91	3,20
September 2018	133,83	130,08	2,88
Oktober 2018	134,2	130,09	3,16
November 2018	134,56	130,35	3,23
Desember 2018	135,39	131,28	3,13

Lampiran 3

**Biaya Diklat Periode Tahun 2015-2016
Dalam Milyar Rupiah**

No	Bulan	Tahun 2015 (Milyar Rp)	Tahun 2016 (Milyar Rp)	Tahun 2017 (Milyar Rp)	Tahun 2018 (Milyar Rp)
1	Januari	1	0	1	1
2	Februari	2	1	1	2
3	Maret	3	3	3	3
4	April	5	4	4	4
5	Mei	5	6	5	5
6	Juni	7	6	6	5
7	Juli	8	7	8	6
8	Agustus	9	8	10	8
9	September	11	7	11	9
10	Oktober	12	8	12	10
11	November	13	8	13	11
12	Desember	14	10	15	12

Lampiran 5

Hasil Data yang Telah Ditransformasi

Transformasi data menggunakan rumus SQRT (k-x), hal ini disebabkan berdasarkan grafik histogram yang menunjukkan arah condong ke kanan, sehingga berdasarkan hal itu maka peneliti menggunakan rumus *moderate negative skewness* atau SQRT (k-x), di mana k adalah nilai tertinggi dari variabel sedangkan x adalah variabel penelitian.

Bulan	Sqrt Biaya Promosi	Sqrt Biaya Diklat	Sqrt Inflasi	Sqrt Dana Pihak Ketiga
Januari 2015	9.43	3.74	0	260.29
Februari 2015	9.33	3.61	0.82	305.03
Maret 2015	9.11	3.46	0.76	257.43
April 2015	9.06	3.16	0.41	254.26
Mei 2015	8.83	3.16	0	251.52
Juni 2015	8.31	2.83	0	257.12
Juli 2015	8	2.65	0	252.03
Agustus 2015	7.87	2.45	0	249.85
September 2015	7.48	2	0.36	247.14
Oktober 2015	7.35	1.73	0.84	246.17
November 2015	6.86	1.41	1.44	246.45
Desember 2015	6	1	1.9	240.71
Januari 2016	9.43	3.87	1.68	241.58
Februari 2016	9.27	3.74	1.59	237.14
Maret 2016	9.06	3.46	1.58	237.37
April 2016	8.77	3.32	1.83	233.56
Mei 2016	8.54	3	1.91	224.08
Juni 2016	8.06	3	1.87	223.47
Juli 2016	7.81	2.83	1.94	223.18
Agustus 2016	7.28	2.65	2.04	219.8
September 2016	7.07	2.83	1.97	222.89
Oktober 2016	6.4	2.65	1.91	221.38
November 2016	6.24	2.65	1.84	214.65
Desember 2016	4.69	2.24	1.98	203.21
Januari 2017	9.38	3.74	1.86	205.65
Februari 2017	9.17	3.74	1.77	203.88
Maret 2017	8.83	3.46	1.83	203.09
April 2017	8.49	3.32	1.67	203.17
Mei 2017	8.12	3.16	1.62	197.51

Juni 2017	7.62	3	1.61	191.39
Juli 2017	7.07	2.65	1.75	186.19
Agustus 2017	6.48	2.24	1.77	175.09
September 2017	6.08	2	1.8	167.32
Oktober 2017	5.1	1.73	1.84	158.29
November 2017	4.36	1.41	1.91	155.77
Desember 2017	1.73	0	1.83	133.15
Januari 2018	9.22	3.74	1.93	135.48
Februari 2018	8.89	3.61	1.94	146.76
Maret 2018	8.72	3.46	1.89	138.33
April 2018	8.43	3.32	1.88	137.17
Mei 2018	7.87	3.16	1.93	128.33
Juni 2018	7.55	3.16	1.96	118.66
Juli 2018	7.07	3	1.94	125
Agustus 2018	6.48	2.65	1.94	123.58
September 2018	6.16	2.45	2.02	101.29
Oktober 2018	5.29	2.24	1.95	96.19
November 2018	4.12	2	1.93	102.75
Desember 2018	0	1.73	1.96	0

Lampiran 5

1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	35.70758242
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.056
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

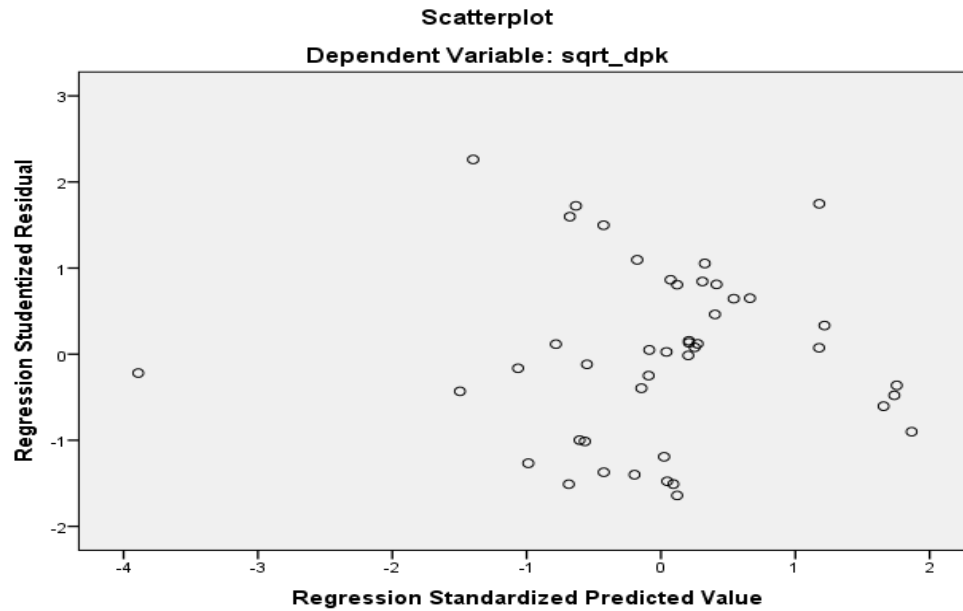
d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas, Uji Regresi Berganda dan Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	153.428	34.936		4.392	.000		
sqrt_promosi	30.014	5.401	1.039	5.557	.000	.261	3.834
sqrt_diklat	-44.206	12.277	-.640	-3.601	.001	.289	3.465
sqrt_inflasi	-36.641	12.821	-.301	-2.858	.007	.821	1.218

a. Dependent Variable: sqrt_dpk

3. Uji Heterokedositas



4. Uji Linear Berganda / Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95459.753	3	31819.918	23.215	.000 ^b
	Residual	54826.352	40	1370.659		
	Total	150286.105	43			

a. Dependent Variable: sqrt_dpk

b. Predictors: (Constant), sqrt_inflasi, sqrt_diklat, sqrt_promosi

5. Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.608	37.02241

a. Predictors: (Constant), sqrt_inflasi, sqrt_diklat, sqrt_promosi

b. Dependent Variable: sqrt_dpk

