

THE EFFECT OF GROWTH OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS ON THE GROWTH OF THIRD PARTY FUND OF SHARIA BANKS

PENGARUH PERTUMBUHAN FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL TERHADAP PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA BANK SYARIAH

Rosa Kartika Al-Jihadi, Noven Suprayogi
Departemen Ekonomi Syariah - Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga
rosakartika98@gmail.com*, noven.suprayogi@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan suku bunga, inflasi, Produk Domestik Bruto (PDB), biaya promosi dan tingkat bagi hasil terhadap pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi data panel dengan bantuan program Eviews 6. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial, variabel pertumbuhan suku bunga, inflasi dan PDB berpengaruh signifikan negatif terhadap pertumbuhan DPK. Variabel tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap pertumbuhan DPK, sedangkan variabel biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan DPK. Secara simultan, hasil menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan suku bunga, inflasi, PDB, biaya promosi dan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan DPK bank umum syariah di Indonesia periode 2014-2018.

Kata Kunci: Dana Pihak Ketiga, Suku Bunga, Inflasi, Produk Domestik Bruto, Biaya Promosi, Tingkat Bagi Hasil, Pertumbuhan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of growth interest rate, inflation, Gross Domestic Product (GDP), promotional costs and profit-sharing rates on the growth of third party funds (TPF) partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with panel data regression techniques with Eviews 6. The result shows that partially the variables of interest rate growth, inflation growth and GDP growth have a significant negative effect on TPF growth. The profit-sharing rate variable has a significant positive effect on TPF growth, while the promotional cost variable has no significant effect on TPF growth. Simultaneously, the results show that the growth interest rate, inflation, GDP, promotion costs and profit-sharing rates variable significantly influence the growth of TPF sharia commercial banks in Indonesia from 2014 to 2018.

Keywords: Third Party Funds, Interest Rates, Inflation, Gross Domestic Product, Promotion Costs, Profit Sharing Rates, Growth.

Informasi artikel

Diterima: 23-04-2020
Direview: 04-12-2020
Diterbitkan: 26-12-2020

*Korespondensi
(Correspondence):
Rosa Kartika Al-Jihadi

Open access under Creative
Commons Attribution-Non
Commercial-Share A like 4.0
International Licence
(CC-BY-NC-SA)



I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam yang disebut juga dengan bank tanpa bunga adalah lembaga

keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadist Nabi SAW (Muhammad, 2014).

Pada awal pendiriannya, keberadaan bank syariah belum mendapat perhatian dalam industri

perbankan nasional. Perkembangan bank syariah mulai terlihat signifikan sejak disahkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pengesahan Undang-Undang tersebut menandai era baru dalam industri keuangan Syariah di Indonesia, diantaranya terbukanya penerbitan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan mendorong kemunculan bank-bank syariah baru, baik berupa *spin off* Unit Usaha Syariah (UUS) atau dari Bank Konvensional. Kemudian, pasca pengesahan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 jumlah bank syariah bertambah. Tetapi, pertumbuhan perbankan syariah masih jauh tertinggal dibandingkan Perbankan Islam di negara-negara lain. Pangsa pasar perbankan syariah terhadap Perbankan Nasional relatif rendah dibandingkan pangsa pasar perbankan syariah yang juga menggunakan *dual banking system*, terutama Malaysia. Pada tahun 2011, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia masih berada di kisaran 5%, sedangkan Malaysia sudah mencapai 25% (Ernest & Young, 2012).

Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah ditandai dengan peningkatan aset dan dana pihak ketiga dari masyarakat. Perkembangan dana pihak ketiga perbankan syariah di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Perkembangan tersebut merupakan bukti atas meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap perbankan syariah. Hal ini

membuktikan bahwa perbankan syariah telah sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman dan menjadi sistem perbankan alternatif di Indonesia (Novianto dan Hadiwidjojo, 2013). Aset perbankan di Indonesia, secara signifikan dapat diprediksi oleh Dana Pihak Ketiga (DPK) (Pratiwi, 2008). Dengan kata lain, komponen utama aset perbankan dapat dilihat melalui DPK, semakin besar DPK maka akan semakin besar pula aset perbankan tersebut.

Kinerja bank syariah dipengaruhi oleh DPK. Salah satu aspek yang memegang peranan penting dalam kinerja bank adalah kemampuan bank dalam hal menghimpun dana pihak ketiga berupa tabungan, deposito, maupun giro. Dalam hal penghimpun dana pihak ketiga, bank syariah menggunakan instrumen nisbah bagi hasil dimana ketentuan keuntungan didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh. Semakin besar tingkat keuntungan yang diperoleh akan semakin besar nominal yang diberikan kepada nasabah (Lina dan Jajang, 2019).

Dana Pihak Ketiga (DPK) yang diperoleh melalui produk-produk penghimpunan yang terdiri dari giro wadiah, tabungan wadiah, tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. DPK adalah sumberdana bank terbesar yang diandalkan oleh bank. Bahkan DPK adalah himpunan dana terbesar yang sangat diandalkan oleh bank, yang bahkan bisa mencapai 80%-90% (Dendawijaya, 2005). Menurut (Arifin, 2005: 46) berdasarkan data empiris selama ini,

rata-rata jumlah modal dan cadangan yang dimiliki bank belum pernah melebihi 4% dari total aktiva. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar modal kerja bank berasal dari masyarakat, lembaga keuangan lain dan pinjaman likuiditas dari bank sentral.

Menurut (Rivai dan Arifin, 2010) usaha bank dalam menghimpun dana dipengaruhi oleh faktor yang datang dari luar bank (eksternal) dan faktor yang bersumber dari bank itu sendiri (internal). Faktor ekstern yang mempengaruhi penghimpunan dana perbankan antara lain kondisi perekonomian, kegiatan dan kondisi pemerintah, kondisi atau perkembangan pasar uang dan pasar modal, kebijakan pemerintah serta peraturan Bank Indonesia. Sedangkan, faktor intern antara lain produk bank, kebijakan bagi hasil, kualitas layanan, suasana kantor bank, lokasi kantor dan reputasi bank. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin menguji kembali hubungan variabel eksternal dan internal bank terhadap pertumbuhan dana pihak ketiga bank syariah.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 pada pasal 1 ayat 5 memberikan pengertian bahwa dana pihak ketiga adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan dana atau bentuk lainnya yang

dipersamakan dengan itu. Sumber dana yang berasal dari masyarakat luas merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini. Pentingnya sumber dana dari masyarakat luas disebabkan sumber dana ini merupakan sumber utama bagi bank. Untuk mendapatkan sumber dana tersebut, bank dapat menawarkan berbagai jenis simpanan yang nantinya akan memberikan keuntungan melalui bagi hasil dari setiap simpanan tersebut (Kasmir, 2008: 31).

Bank Syariah dalam menghimpun DPK dapat berbentuk rekening giro (*demand deposits*), tabungan (*savings*), dan deposito (*time deposits*). Prinsip operasional yang diterapkan dalam kegiatan penghimpunan dana adalah *wadi'ah* dan *mudharabah*. Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, giro merupakan simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* 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 pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan. Ada dua jenis giro yang dibenarkan secara syari'ah, yaitu *Giro Wadi'ah* dan *Giro Mudharabah*. Produk giro yang ada dalam perbankan syariah di Indonesia merupakan *Giro Wadi'ah*.

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, tabungan merupakan

simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau Investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Ada dua jenis tabungan yang dibenarkan secara syari'ah yaitu Tabungan *Wadi'ah* dan Tabungan *Mudharabah*. Produk tabungan dalam perbankan syariah di Indonesia merupakan investasi dana berupa Tabungan *Wa'diah* dan Tabungan *Mudharabah*.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008, deposito adalah investasi dana berdasarkan Akad *mudharabah* atau Akad lain 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 (UUS). Ada dua jenis deposito yang dibenarkan secara Syariah hanya deposito dengan akad (kontrak) *Mudharabah Muthlaqah* dan *Mudharabah Muqayyadah*.

Suku bunga dalam penelitian ini diprosikan dengan BI Rate. Dalam web resmi Bank Indonesia, BI rate adalah kebijakan tingkat suku bunga yang mencerminkan kebijakan moneter yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan diumumkan kepada publik. BI rate diumumkan oleh Dewan Gubernur Bank

Indonesia dalam Rapat Dewan Gubernur setiap bulan, diimplementasikan pada operasi moneter yang dilakukan Bank Indonesia melalui pengelolaan likuiditas di pasar uang untuk mencapai sasaran operasional kebijakan moneter. Suku bunga atau BI Rate dalam Mimin dan Risma (2009); Nofinawati (2017); Ferdiansyah (2015); Adim (2017) menunjukkan bahwa BI Rate memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap DPK bank Syariah, sedangkan bertentangan dengan hasil tersebut Aamalia (2018) yang menyatakan bahwa BI Rate berpengaruh signifikan positif terhadap DPK bank syariah.

Karim (2010: 135-136) menjelaskan pengertian inflasi adalah kenaikan tingkat harga secara umum dari barang atau komoditas dan jasa selama suatu periode waktu tertentu. Inflasi dapat dianggap sebagai fenomena moneter karena terjadinya penurunan nilai unit penghitungan moneter terhadap suatu komoditas. Inflasi dapat diukur dengan tingkat inflasi (*rate of inflation*) yaitu tingkat perubahan dari tingkat harga secara umum. Inflasi dalam penelitian Muttaqienna (2013); Saragih dan Esya (2016) menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap DPK bank syariah.

Menurut Badan Pusat Statistik (2017) PDB adalah salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDB pada dasarnya

merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. PDB menunjukkan total pendapatan nasional dari 9 sektor, yaitu: 1) Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan; 2) Pertambangan dan penggalian; 3) Industri pengolahan; 4) Listrik, gas dan air bersih; 5) Konstruksi; 6) Perdagangan, hotel dan restoran; 7) Pengangkutan dan komunikasi; 8) Keuangan, real estate dan jasa perusahaan; 9) Jasa-jasa lainnya. Produk Domestik Bruto (PDB) terhadap DPK pada penelitian Dewi (2013) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi DPK pada perbankan syariah di Indonesia menemukan pengaruh signifikan positif antara PDB dan DPK. Saragih dan Esha (2016) juga menemukan pengaruh signifikan positif antara PDB dan DPK. Di sisi lain, PDB ditemukan berpengaruh negatif pada Muttaqienna (2013).

Menurut Kotler dan Armstrong (2014: 77) promosi adalah aktifitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Sedangkan menurut Rangkuti (2009: 49) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Tanpa adanya promosi, masyarakat tidak akan mengenal dengan baik tentang suatu perusahaan. Promosi merupakan sarana yang paling baik untuk

menarik dan mempertahankan pelanggan (Roziq dan Rinanda, 2013). Menurut Sahabuddin (2016) biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Biaya promosi pada penelitian Arif (2010) dan Aghnawati (2019) ditemukan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap DPK.

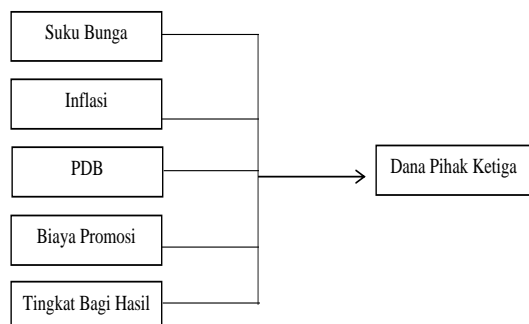
Bagi hasil yang disetarakan dalam persentase (*Equivalent Rate*) adalah bagi hasil yang besarnya dihitung setiap hari, setiap minggu, setiap bulan dan setiap tahun, dimana bagi hasil tahunan untuk sejumlah pinjaman atau investasi selama jangka waktu tertentu. Yaya *et. al* (2009: 369) menjelaskan bahwa terdapat dua perbedaan pada bank syariah dalam menerapkan prinsip bagi hasil dari pendapatan yang diterima. Pertama, bagi hasil pendapatan antara bank dengan nasabah dimana bank sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemilih dana. Kedua, bagi hasil pendapatan antara bank dengan nasabah dimana bank sebagai pemilik dana dan nasabah sebagai pengelola dana. Penelitian Heru (2015); Wardanti (2016); Eko (2018); Aghnawati (2019) menemukan adanya pengaruh signifikan positif antara tingkat bagi hasil dan DPK bank syariah di Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi data panel.

Model Empiris



Gambar 1. Model Empiris

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari website resmi Badan Pusat Statistik (BPS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI) dan annual report masing-masing BUS. Populasi dalam penelitian ini adalah 14 BUS di Indonesia yang terdaftar dan diawasi oleh OJK. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, selanjutnya diperoleh sampel penelitian sejumlah 11 BUS di Indonesia.

Teknik Analisis

Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan regresi data panel yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan *time series*. Selanjutnya akan dipilih model regresi terbaik antara *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM) melalui uji chow dan uji hausman.

Uji chow digunakan untuk memilih antara model CEM dan FEM. Jika hasil menunjukkan FEM terpilih, maka akan dilanjutkan dengan uji hausman untuk memilih antara FEM dan REM, Dalam penelitian ini dilakukan uji parsial dan simultan yang menggunakan uji t dan uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen terhadap dependen. Regresi data panel tidak membutuhkan uji asumsi klasik, karena data panel dapat meminimalkan efek bias yang kemungkinan muncul dalam hasil analisis. Selain itu, data panel lebih banyak memberikan informasi, variasi dan *degree of freedom* (Gujarati, 2012: 237; Yafee, 2003). Data panel dapat memberikan hasil analisis dan prediksi yang lebih akurat dibandingkan data *time series* (Hsiao, 2003: 7).

Model Regresi

Model regresi yang digunakan untuk mengetahui determinan pertumbuhan DPK BUS adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} \dots + \beta_n X_{nit} + e_{it} + u_{it}$$

Di mana I merupakan simbol untuk *cross section*, t untuk *time series*, Y_{it} sebagai DPK bank ke- i dan waktu ke- t , β_0 sebagai koefisien konstanta, $\beta_1 X_{1it}$ merupakan suku bunga, $\beta_2 X_{2it}$ merupakan inflasi, $\beta_3 X_{3it}$ sebagai PDB, $\beta_4 X_{4it}$ sebagai biaya promosi, $\beta_5 X_{5it}$ sebagai tingkat bagi hasil, e_{it} merupakan *error cross section*, u_{it} merupakan kombinasi *error cross section* dan *time series*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Model Estimasi

Tabel 1.
Hasil Uji Chow

Effects Test	Prob.	Keterangan
Cross-section F	0,0009	H0 diterima

Sumber: E-Views 6, data diolah

Hasil uji chow menunjukkan probabilitas sebesar 0,0009 yang artinya *Fixed Effect Model* (FEM) dipilih sebagai model estimasi yang sesuai dibanding *Common Effect Model* (CEM).

Tabel 2
Hasil Uji Hausman

Effects Test	Prob.	Keterangan
Cross-section random	1,0000	H0 ditolak

Sumber : E-Views 6, data diolah

Setelah melakukan uji chow, langkah selanjutnya adalah melakukan uji hausman. Nilai probabilitas pada uji hausman adalah sebesar 1.0000 sehingga REM dipilih sebagai model yang paling tepat digunakan.

Hasil Regresi Data Panel

Tabel 3.
Hasil Analisis Regresi Data Panel – *Random Effect Model*

Var	Koef	Std. Error	t-stat	Prob.
C	3,249385	1,274956	2,548626	0,0140
BI RATE	-0,733417	0,275507	-2,662	0,0105
INFL	0,423513	0,172978	-2,448	0,0180
PDB	62,47860	25,37730	-2,461	0,0174
PRMS	0,064479	0,037517	1,718	0,0920
BGHSL	1,736083	0,492447	3,525	0,0009
R ²	0,315463			
Obs	55			
Prob>F	0,001829			

Sumber: E-Views 6, data diolah

Berdasarkan hasil regresi data panel menggunakan E-Views 6, secara simultan pertumbuhan suku bunga, inflasi, PDB, biaya promosi dan tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap pertumbuhan DPK BUS. Hasil uji F pada tabel 3 menunjukkan nilai F sebesar 0,001829 yang lebih kecil dari

$\alpha = 0,05$ sehingga H0 ditolak. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau r-square yang ditunjukkan oleh tabel yang sama dengan nilai 0,315463 atau 31%, menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan menjelaskan pengaruhnya terhadap DPK BUS di Indonesia pada tahun 2014 hingga 2018 sebesar 31%. Sedangkan 69% sisanya dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

Pembahasan

Suku bunga yang diprosikan dengan BI Rate, menunjukkan hasil berpengaruh signifikan negatif terhadap pertumbuhan DPK BUS. Hasil serupa juga ditemukan oleh Risma (2009); Rahmat (2015); Nofinawati (2017). Koefisien regresi suku bunga yang negatif menunjukkan bahwa ketika suku bunga mengalami kenaikan, maka akan berdampak pada penurunan DPK bank syariah. BI Rate merupakan tingkat suku bunga acuan untuk bank konvensional, sedangkan bank syariah tidak berbasis pada bunga melainkan pada nisbah bagi hasil. Salah satu risiko bagi hasil adalah *displacement commercial risk* (DCR) yaitu adanya potensi nasabah memindahkan dananya dikarenakan tingkat suku bunga lebih tinggi dibandingkan tingkat bagi hasil yang ditawarkan. Ketika bunga bank konvensional tinggi, return yang diberikan masyarakat juga akan tinggi. Oleh karena itu, masyarakat lebih memilih untuk menyimpan dananya di bank konvensional, sehingga pada saat suku

bunga naik, maka jumlah DPK bank syariah akan menurun.

Inflasi menunjukkan hasil signifikan negatif terhadap pertumbuhan DPK BUS. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abduh et al, 2011; Arafah, 2015; Muttaqienna, 2013 yang menyatakan bahwa secara parsial inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap DPK. Koefisien regresi inflasi yang negatif menunjukkan apabila ketika inflasi naik, maka akan menurunkan tingkat DPK. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat inflasi maka nasabah akan menarik sejumlah dana dari rekening mereka di bank syariah. Adanya inflasi mengakibatkan menurunnya motivasi nasabah untuk menyimpan dananya ke bank.

Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan hasil signifikan negatif terhadap DPK BUS. Hasil penelitian sejalan dengan beberapa penelitian yaitu Rachmawati et al, 2004; Mazida, 2007 bahwa secara parsial PDB berpengaruh signifikan negatif terhadap DPK. Adanya kenaikan pendapatan masyarakat tidak serta merta menaikkan jumlah DPK pada bank syariah di Indonesia. Salah satunya dikarenakan perbankan Indonesia masih menggunakan *dual banking system*, yaitu sistem konvensional dan syariah. Masyarakat masih menganggap bank syariah bukan bank utama, melainkan hanya sebagai alternatif. Selain itu, masyarakat lebih memilih sektor lain seperti pasar modal, manufaktur atau sektor lain.

Maka, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan PDB tidak memberikan dampak terhadap pertumbuhan DPK bank syariah di Indonesia.

Biaya Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan DPK BUS. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fajri (2013); Mumtazah (2016); Eko (2018); dan Aamalia (2018) yang menyatakan bahwa variabel biaya promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menempatkan dananya pada bank syariah. Menurut Maski (2010) adanya informasi serta pengetahuan yang lebih luas tentang bank syariah sangat diperlukan untuk menarik minat masyarakat agar menempatkan dananya di bank syariah. Biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi disebut dengan biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dialokasikan oleh bank syariah, maka akan meningkatkan DPK (Arif, 2010). Promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan promosi yang dilakukan bank syariah tidak tepat sasaran dan belum optimal. Biaya promosi yang dialokasikan bank syariah masih relatif rendah dibandingkan dengan bank konvensional (Fajri, 2013).

Tingkat bagi hasil memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pertumbuhan DPK BUS. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Haroon dan Norafifah, 2000; Heru, 2015; Mumtazah, 2016; Eko, 2018; Aghnawati dan Malik, 2019 yang menyatakan bahwa tingkat bagi hasil

yang diberikan bank syariah berhubungan positif terhadap jumlah DPK bank syariah. Tarsidin (2010: 192) menyatakan bahwa besarnya simpanan masyarakat yang dapat dihimpun bank syariah akan sangat ditentukan oleh tingkat bagi hasil yang diperoleh nasabah. Dengan demikian, optimalitas tingkat bagi hasil yang besar akan mempengaruhi jumlah dana yang dihimpun dari nasabah. Bagi investor, tujuan utama berinvestasi adalah untuk mendapatkan keuntungan, sehingga dalam menempatkan dananya, nasabah cenderung memperhatikan keuntungan yang akan diperoleh. Semakin tinggi tingkat bagi hasil yang diberikan, maka akan semakin besar pula jumlah DPK yang ditempatkan pada bank syariah.

V. SIMPULAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan program *Eviews 6*. Variabel independent yang digunakan terdiri dari pertumbuhan suku bunga, inflasi, PDB, biaya promosi dan tingkat bagi hasil. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel yang memenuhi kriteria terdiri dari 11 bank umum syariah periode 2014 sampai dengan 2018. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel suku bunga berpengaruh signifikan negatif, variabel inflasi berpengaruh signifikan negatif, variabel

PDB berpengaruh signifikan negatif dan variabel tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap pertumbuhan DPK BUS di Indonesia. Sedangkan variabel biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan DPK BUS di Indonesia periode 2014-2018.

Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu, penelitian dilakukan dengan rentang waktu terbatas hanya 5 tahun, mengakibatkan kemungkinan penghimpunan DPK bank umum syariah yang diamati belum menggambarkan kondisi yang sesungguhnya. Keterbatasan lainnya yang ditemukan dalam penelitian ini adalah sampel yang digunakan hanya bank umum syariah saja, tidak mencakup industry perbankan syariah secara keseluruhan seperti Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Selain itu, keterbatasan lainnya penelitian ini hanya menggunakan beberapa faktor makroekonomi dan faktor internal bank yang mempengaruhi jumlah DPK. Sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi jumlah DPK seperti nilai tukar rupiah, bonus wadiah, jumlah uang beredar dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M. et al. (2011). The impact of crisis and macroeconomics variables towards islamic banking deposits. *American Journal of Applied Science*, 8(12), 1413-1418.
- Adim, M. A. & Raditya Sukmana. (2017). Pengaruh guncangan kebijakan moneter dan variabel makro terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) bank syariah di Indonesia. *Jurnal*

- Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 4(8), 642-656.
- Aghnawati, A.N. & Malik Cahyadin. (2019). Faktor-faktor penentu dana pihak ketiga bank umum syariah di Indonesia tahun 2010-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 132-142.
- Arifin, Zainul. (2009). *Dasar-dasar manajemen bank syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.
- Dendawijaya, & Lukman. (2009). *Manajemen perbankan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ferdiansyah, N. (2015). Pengaruh rate bagi hasil dan BI rate terhadap dana pihak ketiga perbankan syariah (Studi pada bank pembiayaan rakyat syariah yang terdaftar di Bank Indonesia). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2(1), 1-12.
- Gujarati, D. (2012). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hsiao, C. (2003). *Analysis of panel data*. New York: Cambridge University Press.
- Karim, Adiwarmanto. (2004). *Bank Islam: Analisis fiqh dan keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.
- Kasmir. (2008). *Manajemen perbankan*. Jakarta: Rajawali Ekspres.
- Kementerian Agama RI. (2017). *Al-Qur'an dan terjemahnya (online)*. (www.quran.kemenag.go.id).
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle of marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Maski, Ghazali. (2010). Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43-55.
- Muhammad. (2014). *Manajemen keuangan syariah: Analisis fiqh dan keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mumtazah, W & Septiarini, D. F. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah dana pihak ketiga pada bank umum syariah di Indonesia (Periode Triwulan I 2010 – Triwulan I 2015). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 3(10), 800-815.
- Pratiwi, Susan dan Lela Hindasah. (2014). Pengaruh dana pihak ketiga, capital adequacy ratio, return on asset, net interest margin dan non performing loan terhadap penyaluran kredit bank umum di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 192-208.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. (2010). *Islamic banking: Sebuah teori, konsep, dan aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Roziq Ahmad dan Rinanda F.D. (2013). Variabel penentu dalam keputusan memilih tabungan mudharabah pada bank syariah mandiri cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 12(1), 1-24.
- Sahabuddin, Romansyah. (2016). Development of business value and behaviours: Takalar district, South Sulawesi (Indonesia) case study. *Actual Problems of Economics*, 2(176), 440-449.
- Tarsidin. (2010). *Bagi hasil: Konsep dan analisis*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Yaya, Rizal., et al. (2009). *Akuntansi perbankan syariah*. Jakarta: Salemba Empat.