

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH DANA PIHAK KETIGA PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE TRIWULAN I 2010-TRIWULAN I 2015)¹⁾

Wardati Mumtazah

Program Studi S1 Ekonomi Islam-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga

Email: wmmumtazah@rocketmail.com

Dina Fitriisa Septiarini

Departemen Ekonomi Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga

Email: dina-f-s@feb.unair.ac.id

ABSTRACT:

The purpose of this research is to know whether the internal factors of Islamic Banks (profit sharing and bonus and promotion cost), and external factor of Islamic Banks (inflation) have significant effect, both simultaneously and partially, to the amount of third-party's funds Islamic Bank in 1st quarterly of 2010 – 1st quarterly of 2015 period. The method used in this research is quantitative method and also using the secondary data which obtained from financial reports and other reports started from in 1st quarterly of 2010 – 1st quarterly of 2015. The population is Islamic Banks in Indonesia. The choosing of sample was done with using sampling purposive method and there are 6 Islamic Banks that comply with the specified sample criteria. Analysis technique used is multiple linier regression analysis of panel data.

Keywords: Amount of Third-party's Funds, Profit Sharing and Bonus, Promotion Cost, Inflation.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan syariah di Indonesia mulai berkembang pesat sejak tahun 1999 yaitu setelah berlakunya Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah (Wirosa, 2011:1). Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dari bank syariah serta munculnya kesadaran masyarakat bahwa bunga bank secara *fiqh* dikategorikan sebagai *riba* yang berarti haram, mendorong lahirnya perbankan syariah di Indonesia. Larangan memakan *riba* telah disebutkan dalam Al-qur'an, yaitu surat Al-Imran ayat 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَرْبٰٓوًا اُضْعَفًا

مُّضَعَفًا ۗ وَاَتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Yā 'ayyuhāl-lazīna 'āmanū lā ta'kulur-ribā 'ad'āfam-mudā'afataw-wattaqul-Lāha la'allakum tufliḥūn

Artinya: "130. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah SWT agar kamu beruntung" (Q.S 3:130. Departemen Agama RI, 2012:66).

Walaupun perkembangan bank syariah di Indonesia terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, namun perbankan syariah di Indonesia mampu menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Saat ini jumlah bank syariah di Indonesia mencapai 195 unit (Bank Indonesia).

¹⁾Jurnal ini merupakan bagian dari Skripsi yang ditulis oleh Wardati Mumtazah: 041211432002, yang diuji pada tanggal 9 Mei 2016.

Sesuai dengan fungsi utamanya, yaitu sebagai lembaga intermediasi, dana merupakan masalah utama yang seringkali dihadapi oleh bank syariah sehingga dana menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Tanpa memiliki dana yang memadai, bank tidak dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Menurut Arifin (2005:46), berdasarkan data empiris selama ini, di Indonesia rata-rata jumlah modal dan cadangan yang dimiliki oleh bank belum pernah melebihi 4% dari total aktiva. Ini berarti sebagian besar modal kerja bank berasal dari masyarakat, lembaga keuangan lain dan pinjaman likuiditas dari bank sentral. Dana yang dihimpun bank dari masyarakat disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK). Pertumbuhan DPK menjadi semakin penting karena dana tersebut akan disalurkan oleh bank kepada calon nasabah pembiayaan untuk mengembangkan ekonomi masyarakat sehingga dapat mengembangkan sektor riil. Besarnya DPK mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Semakin tinggi jumlah DPK, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, begitu juga sebaliknya.

Naik turunnya jumlah DPK dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor internal yang berasal dari bank syariah sendiri, maupun faktor eksternal yang berasal dari kondisi makro. Faktor-faktor tersebut diantaranya jumlah bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi.

Bagi hasil dapat diartikan sebagai pembagian hasil usaha antara beberapa pihak berdasarkan porsi yang telah disepakati bersama. Menurut Natalia (2014) adanya unsur bagi hasil membuat kinerja bank syariah menjadi transparan kepada nasabah, sehingga nasabah bisa memonitor kinerja bank syariah atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Adanya transparansi kinerja bank syariah akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah untuk menempatkan dananya pada bank syariah atau pada bank konvensional. Selain memberikan bagi hasil kepada nasabah, bank juga diperkenankan memberikan bonus untuk produk yang berakad *wadiah*.

Promosi dapat diartikan sebagai kegiatan menyampaikan suatu produk atau jasa kepada masyarakat. Menurut penelitian Bank Indonesia dalam Pujiyono (2004) pada tahun 2000, berdasarkan persepsi, preferensi, dan permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa syariah di Indonesia menunjukkan bahwa mekanisme pemasaran bank syariah memberikan peluang ke depan yang cukup potensial. Hasil kesimpulan di enam provinsi dengan rata-rata persentase muslim 97%, menunjukkan bahwa rata-rata 42% masyarakat memiliki persepsi bahwa bunga bertentangan dengan ajaran agama, meskipun yang memahami produk dan manfaat perbankan syariah rata-rata hanya 11%. Kesimpulan atas penelitian tersebut adalah masih banyaknya masyarakat

Indonesia yang menginginkan sistem bank yang sesuai dengan syariah Islam, sehingga promosi yang dilakukan oleh bank syariah memiliki peran besar dalam mempengaruhi masyarakat untuk menempatkan dananya di bank syariah. Dana yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut dikenal sebagai biaya promosi. Tujuan utamanya yaitu untuk menarik minat masyarakat agar menempatkan dananya di bank syariah sehingga dana pihak ketiga yang dihimpun akan meningkat.

Inflasi adalah kenaikan harga secara terus menerus selama periode tertentu. Menurut Setiawan (2014), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa pertumbuhan perbankan syariah sedikit melambat pada tahun 2013 yang ditunjukkan dengan pertumbuhan aset yang hanya mencapai 24,2%. Hal ini terjadi karena banyaknya Perbankan Syariah yang menghadapi ketatnya persaingan perebutan dana pihak ketiga. Kondisi makro ekonomi, yaitu inflasi menjadi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya perkembangan perbankan syariah. Inflasi yang tinggi menyebabkan bunga yang diterima dari bank konvensional menjadi lebih tinggi sehingga masyarakat lebih tertarik menjadi nasabah bank konvensional.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagian berikut:

1. Apakah bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015?
2. Apakah bagi hasil dan bonus secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015?
3. Apakah biaya promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015?
4. Apakah inflasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015?

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015.
2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil dan bonus secara parsial terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015.

4. Untuk mengetahui pengaruh inflasi secara parsial terhadap jumlah DPK pada BUS di Indonesia selama periode triwulan I 2010-triwulan I 2015.

II. LANDASAN PUSTAKA

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998,

"simpanan atau dana pihak ketiga adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank atas dasar perjanjian tabungan dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan dan/atau bentuk lainnya."

Dalam menghimpun dana dari pihak ketiga, bank syariah menawarkan berbagai macam produk, diantaranya adalah:

- a. Giro adalah Simpanan berdasarkan akad *wadiah*.
- b. Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah*.
- c. Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah*.

Dalam menempatkan dananya di bank syariah, nasabah akan memperoleh *return* berupa bagi hasil (untuk produk yang berakad *mudharabah*) dan bonus (untuk produk yang berakad *wadiah*) Bagi hasil adalah pembagian hasil usaha antara pihak-pihak yang terikat, sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Adanya sistem bagi hasil menjamin terjadinya keadilan sehingga tidak ada pihak yang tereksplotasi atau merasa dirugikan.

Pembayaran imbalan dari bank syariah kepada pemilik dana sebagai pemodal (*shahibul maal*) sangat bergantung pada hasil usaha yang diperoleh atas pengelolaan atau penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah, sehingga dari bulan ke bulan berikutnya penghasilannya tidak selalu sama (Wiroso, 2011:4).

Mekanisme bagi hasil menjadikan distribusi lebih merata dan adil karena adanya aspek yang berkaitan dengan bagi resiko, artinya masing-masing pihak akan sama-sama menanggung resiko. Selain memberikan bagi hasil bank tidak dilarang untuk memberikan jasa atas pemakaian uang nasabah berupa insentif atau bonus, dengan catatan tanpa perjanjian terlebih dulu di awal akad.

Untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru, bank melakukan kegiatan promosi. Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh bank untuk lebih memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik maupun media cetak. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK.03/2010 menyatakan

"biaya promosi adalah bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka memperkenalkan dan/ atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/ atau meningkatkan penjualan."

Biaya promosi sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan, karena melalui biaya promosi perusahaan menempatkan variabel-variabel promosi agar produk perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat dan menimbulkan permintaan (Firdaus, 2011).

Inflasi adalah kenaikan harga umum secara terus menerus dari suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu. Ketika terjadi inflasi, maka harga nominal barang dan jasa mengalami peningkatan sehingga daya beli masyarakat akan mengalami penurunan. Apabila nasabah mempunyai tujuan untuk mempertahankan tingkat likuiditas atas pendapatannya serta target kesejahteraannya, maka pendapatan yang awalnya dialokasikan sebagai simpanan akan digunakan sebagian atau seluruhnya untuk keperluan konsumsi. Adanya hal tersebut tentu akan berdampak pada sulitnya bank dalam menghimpun dana masyarakat.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori yang telah dikemukakan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis secara simultan:

H₀: Bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK.

H_a: Bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK.

Hipotesis secara parsial:

H₀: Bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK.

H_a: Bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK.

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Alat analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda data panel.

Variabel Dependen

1. Dana Pihak Ketiga

Variabel jumlah DPK dalam penelitian ini adalah total dana simpanan *wadiah*, kewajiban kepada bank lain, serta total dana simpanan *mudharabah muthlaqah* yang diberikan oleh investor.

Rumus:

$$JDPK = DSW + KKBL + DMM \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana:

JDPK = Jumlah Dana Pihak Ketiga

DSW = Dana Simpanan *Wadiah*

KKBL = Kewajiban Kepada Bank Lain

DMM = Dana *Mudharabah Muthlaqah*

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data pertumbuhan dalam satuan persentase.

Rumus:

$$\text{Pertumbuhan JDPK Triwulan}_n = \frac{(\text{JDPK Trwln } n) - (\text{JDPK Trwln } n-1)}{(\text{JDPK Trwln } n-1)} \times 100\% \dots (3.2)$$

Variabel Independen

1. Bagi Hasil dan Bonus

Dalam penelitian ini variabel bagi hasil dan bonus adalah besarnya total bagi hasil simpanan *mudharabah* serta total bonus simpanan *wadiah* yang diberikan oleh BUS kepada nasabah.

Rumus:

$$\text{BHB} = \text{BHTMBB} + \text{BHDMBB} + \text{BHTMB} + \text{BHDMB} + \text{BBTW} \dots (3.3)$$

Dimana:

- BHB = Bagi Hasil dan Bonus
- BHTMBB = Bagi Hasil Tabungan *Mudharabah* Bukan Bank
- BHDMBB = Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* Bukan Bank
- BHTMB = Bagi Hasil Tabungan *Mudharabah* Bank
- BHDMB = Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* Bank
- BBTW = Beban Bonus Titipan *Wadiah*

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data pertumbuhan dalam satuan persentase.

Rumus:

$$\text{Pertumbuhan BHB Triwulan}_n = \frac{(\text{BHB Trwln } n) - (\text{BHB Trwln } n-1)}{(\text{BHB Trwln } n-1)} \times 100\% \dots (3.4)$$

2. Biaya Promosi

Variabel biaya promosi diperoleh dari akun beban promosi pada laporan

keuangan triwulan BUS. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data pertumbuhan dalam satuan persentase.

Rumus:

$$\text{Pertumbuhan BP Triwulan}_n = \frac{(\text{BP Trwln } n) - (\text{BP Trwln } n-1)}{(\text{BP Trwln } n-1)} \times 100\% \dots (3.5)$$

Dimana:

BP = Beban Promosi

3. Inflasi

Variabel inflasi dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan data IHK bulanan yang dipublikasikan oleh BPS. Rumus yang digunakan untuk menghitung inflasi triwulan adalah

Rumus:

$$\text{INFL triwulan}_n = \frac{(\text{IHK BAT } n) - (\text{IHK BAT } n-1)}{(\text{IHK BAT } n-1)} \times 100\% \dots (3.6)$$

Dimana:

- INFL = Inflasi
- IHK BAT_n = IHK Bulan Akhir Triwulan yang bersangkutan
- IHK BAT_{n-1} = IHK Bulan Akhir Triwulan sebelumnya

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data pertumbuhan dalam satuan persentase.

Rumus:

$$\text{Pertumbuhan INFL Triwulan}_n = \frac{(\text{Inflasi Trwln } n) - (\text{Inflasi Trwln } n-1)}{(\text{Inflasi Trwln } n-1)} \times 100\% \dots (3.7)$$

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data tersebut diperoleh dari laporan keuangan triwulan BUS periode triwulan I

2010-triwulan I 2015 serta data IHK dari website BPS. Dalam penelitian ini, gabungan data dari variabel DPK, bagi hasil dan bonus, biaya promosi dari beberapa BUS serta inflasi selama 21 triwulan menciptakan data panel.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua BUS yang ada di Indonesia. Untuk pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah metode sampling purposive dengan kriteria termasuk BUS yang beroperasi di Indonesia dan mulai beroperasi sebelum tahun 2010 serta termasuk BUS yang mempublikasikan atau menyerahkan laporan keuangan triwulannya pada Bank Indonesia mulai periode triwulan I 2010-triwulan I 2015.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel tersebut terdapat enam bank yang digunakan sebagai sampel, yaitu Bank Muamalat Indonesia, Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Panin Syariah, dan Bank Syariah Bukopin. Jumlah data yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 126 data.

Teknik Analisis

Regresi Data Panel

Menurut Greene (1991:481) dalam mengestimasi data panel terdapat tiga pendekatan yang biasa dilakukan, yaitu model OLS *pooled*, model *fixed effect* (FEM), model *random effect* (REM).

1. OLS Pooled atau *Common Effect*

Teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi data panel adalah hanya

dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*.

2. *Fixed Effect*

Model ini didasarkan adanya perbedaan intersep antara subjek penelitian namun intersepanya sama antar waktu. Selain itu model ini juga mengasumsikan bahwa koefisien regresi (*slope*) adalah tetap untuk antar subjek penelitian dan antar waktu

3. *Random Effect*

Model ini mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu dan diasumsikan setiap subjek penelitian memiliki perbedaan intersep.

Untuk menentukan teknik yang paling tepat dalam mengestimasi regresi data panel, terdapat beberapa pengujian yang dilakukan. Pertama adalah uji statistik F (Uji Chow) yang digunakan untuk memilih antara metode CEM atau FEM. Pengambilan keputusan uji chow didasarkan dari nilai probabilitas, dimana jika $p\text{-value} < 0,05$ maka penggunaan metode FEM lebih baik daripada metode CEM. Yang kedua adalah uji Hausman yang digunakan untuk memilih antara metode FEM atau REM. Pengambilan keputusan juga didasarkan dari nilai probabilitas, dimana jika $p\text{-value} < 0,05$ maka metode FEM lebih baik dari REM.

Metode panel memiliki beberapa keunggulan yang mana keunggulan tersebut dapat meminimalkan bias yang

mungkin ditimbulkan oleh agregasi data individu. Keunggulan-keunggulan tersebut memiliki implikasi pada tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik dalam model data panel (Verbeek (2000); Gujarati (2003); Wibisono (2005); Aulia (2004:27) dalam Ajija (2011:52)).

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen dalam satu model regresi terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Apabila signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau secara simultan semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t

Uji t dilakukan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Apabila signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, bila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau secara parsial variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase total variasi variabel

dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam garis regresi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa dengan melakukan uji chow, metode FEM lebih baik daripada metode CEM karena nilai prob. Cross-section chi-square yang kurang dari 0,05. Selanjutnya dilakukan Uji Hausman untuk mengetahui apakah model FEM lebih baik dari model REM. Dari tabel 2 diketahui bahwa nilai prob. Cross-section random juga kurang dari 0,05 sehingga metode FEM lebih baik daripada metode REM.

Tabel 1.

Hasil Perhitungan Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.669499	(5,117)	0.0040
Cross-section Chi-square	18.354616	5	0.0025

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9.

Tabel 2.

Hasil Perhitungan Uji Hausman

Test Summary	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section random	18.027871	3	0.0004

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9.

Berdasarkan tabel 3, hasil estimasi model FEM yang terbentuk adalah:

$$\begin{aligned}
 Y &= \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 D_{1i} + \\
 &\beta_5 D_{2i} + \beta_6 D_{3i} + \beta_7 D_{4i} + \beta_8 D_{5i} + \beta_9 D_{6i} + \\
 &\epsilon_{it} \dots \dots \dots (4.1) \\
 JDPK &= 4,335782 + 0,184787 BHB + 0,005491 \\
 &BP - 0,001823 INFL - 3,417610 BMI + \\
 &0,594333 BRIS - 4,245566 BSMA -
 \end{aligned}$$

$$7,189728 \text{ BSME} + 19,23606 \text{ BPS} - 4,976584 \text{ BSB} \dots\dots\dots(4.2)$$

Interpretasi dari persamaan 4.2 sebagai berikut:

Nilai konstanta untuk masing-masing individu adalah, BMI sebesar 0,918172 (4,335782 - 3,417610), BRIS sebesar 4,930115 (4,335782 + 0,594333), BSMA sebesar 0,090216 (4,335782 - 4,245566), BSME sebesar -2,85395 (4,335782 - 7,189728), BPS sebesar 23,57184 (4,335782 + 19,23606), dan BSB sebesar -0,6408 (4,335782 - 4,976584). Sedangkan slope untuk masing-masing individu adalah sama dimana slope bagi hasil dan bonus sebesar 0,184787, slope untuk biaya promosi sebesar 0,005491, dan slope untuk inflasi sebesar -0,001823.

Sehingga, model yang terbentuk dari regresi linier berganda data panel untuk masing-masing individu adalah:

a. BMI

$$\text{JDPK} = 0,918172 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.3)$$

b. BRIS

$$\text{JDPK} = 4,930115 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.4)$$

c. BSMA

$$\text{JDPK} = 0,090216 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.5)$$

d. BSME

$$\text{JDPK} = -2,85395 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.6)$$

e. BPS

$$\text{JDPK} = 23,57184 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.7)$$

f. BSB

$$\text{JDPK} = -0,6408 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL} \dots(4.8)$$

Tabel 3.

Output EViews 8 Estimasi Data Panel dengan metode FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.335782	2.297649	1.887051	0.0616
BHB?	0.184787	0.008355	22.11633	0.0000
BP?	0.005491	0.020437	0.268686	0.7886
INFL?	-0.001823	0.002838	-0.642144	0.5220
Fixed Effects (Cross)				
_BMI—C	-3.417610			
_BRIS—C	0.594333			
_BSMA—C	-4.245566			
_BSME—C	-7.189728			
_BPS—C	19.23606			
_BSB—C	-4.976584			
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.839906	Mean dependent var	15.22744	
Adjusted R-squared	0.828960	S.D. dependent var	54.04019	

S.E. of regression	22.34941	Akaike info criterion	9.120226
Sum squared resid	58441.03	Schwarz criterion	9.322817
Log likelihood	-565.5742	Hannan-Quinn criter.	9.202532
F-statistic	76.72778	Durbin-Watson stat	2.033054
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9

Uji F

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 diterima. Cara lain yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F kritis. F kritis dalam penelitian ini adalah 2,68 dan F hitungnya 76,72778. F hitung lebih besar dari F kritis sehingga H_0 diterima, maka variabel BHB, BP, dan INFL secara simultan berpengaruh signifikan terhadap JDPK pada BUS triwulan I 2010-triwulan I 2015

Dapat disimpulkan bahwa variabel BHB, BP, dan INFL secara simultan berpengaruh signifikan terhadap JDPK pada BUS triwulan I 2010-triwulan I 2015.

Tabel 4.

Output EViews 8 Hasil Uji F

F-statistic	76.72778
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9.

Uji t

Berdasarkan pengujian pada tabel 5 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh BHB terhadap JDPK

Nilai signifikansi dari BHB adalah 0,000.

Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05

sehingga H_0 diterima atau BHB secara parsial berpengaruh signifikan terhadap JDPK.

b. Pengaruh BP terhadap JDPK

Nilai signifikansi dari BP adalah 0,7886. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 diterima atau BP secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap JDPK.

c. Pengaruh INFL terhadap JDPK

Nilai signifikansi dari INFL adalah 0,5220. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 diterima atau INFL secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap JDPK.

Tabel 5.

Output Eviews 8 Hasil Uji t

Variable	t-Statistic	Prob.
BHB	22.11633	0.0000
BP	0.268686	0.7886
INFL	-0.642144	0.5220

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,839906 atau 83,9906%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel jumlah DPK BUS triwulan I 2010-triwulan I 2015 dapat dijelaskan oleh variabel bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi sebesar 83,9906%. Sedangkan sisanya yaitu 16,0094% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 6.

Output Eviews 8 Hasil Koefisien Determinasi

R-Squared	Adjusted R-Squared
0.839906	0.828960

Sumber: Data Diolah, lihat lampiran 9.

Pembahasan

Pengaruh Bagi Hasil dan Bonus, Biaya Promosi, dan Inflasi Terhadap Jumlah DPK

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK.

Secara umum, dalam menempatkan dananya di bank syariah nasabah tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung (Maski, 2010). Menurut Wulandari (2014) dalam menghimpun dana tersebut, terdapat faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi DPK, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari internal bank itu sendiri, sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari eksternal bank. Faktor internal tersebut diantaranya adalah bagi hasil dan bonus yang diterima nasabah serta biaya promosi yang dikeluarkan bank syariah. Sedangkan untuk faktor eksternal salah satunya yaitu inflasi.

Pemberian bagi hasil dan bonus kepada nasabah serta pengeluaran biaya promosi yang dilakukan oleh bank

syariah merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh bank syariah dalam menghimpun dana pihak ketiga. Sedangkan inflasi merupakan dampak dari perbuatan yang telah dilakukan manusia yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan bank syariah dalam menghimpun dana pihak ketiga. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat An-Najm ayat 39-42:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

39. Wa 'al-laysa lil-'insāni 'illā mā sa'ā,
40. Wa 'anna sa 'yahū sawfa yurā, 41. summa yujzāhul-jazā 'al-'awfā, 42. Wa 'anna 'ilā rabbikal-muntahā

Artinya: "39. Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, 40. Dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), 41. Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, 42. dan sesungguhnya kepada Tuhan-mulah kesudahannya (segala sesuatu)" (Q.S 53:39-42. Departemen Agama RI, 2012:527).

Pengaruh Bagi Hasil dan Bonus Terhadap Jumlah DPK

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bagi hasil dan bonus secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK yang dihimpun oleh BUS.

Bagi hasil merupakan bentuk *return* dari kontrak investasi (Karim, 2013:203), begitu juga dengan bonus. Bonus merupakan insentif yang diberikan bank

syariah namun tidak disyaratkan di akad (Karim, 2013:352). Bank syariah diharapkan mampu memberikan *return* kepada DPK minimal sama dengan, atau bahkan lebih besar, daripada suku bunga yang berlaku di bank konvensional (Karim, 2013:279).

Bagi investor tujuan utama investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan, sehingga dalam menempatkan dana di bank syariah nasabah cenderung memperhatikan keuntungan yang akan diperolehnya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Haron dan Norafifah (2000), *return* yang diberikan pada DPK berhubungan positif terhadap jumlah DPK bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bagi hasil dan bonus memiliki hubungan positif terhadap jumlah DPK.

Bagi hasil dan bonus yang diberikan oleh BUS memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah DPK. Menurut Haron dan Norafifah (2000) motivasi nasabah dalam menempatkan dananya di bank syariah masih didorong oleh motif untuk mendapatkan keuntungan.

Return yang diberikan oleh BUS kepada nasabah, khususnya bagi hasil, merupakan hasil dari amanat yang diberikan oleh nasabah kepada BUS karena BUS telah dipercaya untuk mengolah dana nasabah dengan baik sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Anfaal ayat 27:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْۤا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَخُوْۤا

اٰمَنَتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Yā 'ayyuhā-lazīna'āmanū lā takhūnū-l-Lāha war-rasūla watakhūnū 'amānātikum wa 'antum ta'lamūn

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah SWT dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui" (Q.S 8:27. Departemen Agama RI, 2012:180).

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah DPK

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa biaya promosi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK yang dihimpun oleh BUS.

Menurut Maski (2010) adanya informasi atau pengetahuan yang lebih tentang bank syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat agar menabung di bank syariah. Biaya yang dikeluarkan bank untuk melakukan promosi disebut sebagai biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dialokasikan oleh bank syariah, maka akan semakin meningkatkan dana pihak ketiga (Arif, 2010). Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya promosi memiliki hubungan positif terhadap jumlah DPK.

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh BUS berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK. Hal ini dapat disebabkan karena biaya promosi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan biaya promosi total sehingga tidak menunjukkan biaya promosi yang hanya dikeluarkan untuk menghimpun DPK. Menurut Fajri (2013) pengaruh yang tidak signifikan ini disebabkan karena

promosi yang dilakukan oleh BUS tidak memiliki intensitas yang tinggi atau promosi yang tidak tepat sasaran. Hal ini dapat diketahui dari penelitian AC Nielsen pada 2002 bahwa anggaran promosi iklan di televisi didominasi oleh bank konvensional. Menurut Wiyanti (2012), diungkapkan pula oleh U. Saefudin Noer, *Head of Syariah Banking* PT. Bank CIMB Niaga Tbk, bahwa anggaran promosi lembaga keuangan syariah relatif kecil jika dibandingkan dengan promosi bank-bank konvensional yang besar.

Menurut Kartajaya dan Muhammad (2006:135), dalam melakukan presentasi bisnis dengan orang lain harus dilakukan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Ibrahim ayat 4:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ
فِيضْلُ اللَّهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ
الْحَكِيمُ ﴿٤﴾

Wa mā 'arsalnā mir-rasūlin 'illā bilisāni qaumihī liyubayyina lahum fayḍillul-Lāhu may-yasyā'u wa yahdī may-yasyā'u wa huwal-'azīzul-hakīm

Artinya: "Dan kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah SWT menyematkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia Yang Maha perkasa, Maha bijaksana" (Q.S 14:4. Departemen Agama RI, 2012:255).

Pengaruh Inflasi Terhadap Jumlah DPK

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inflasi secara parsial memiliki hubungan negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK.

Ketika terjadi inflasi, maka harga nominal barang dan jasa mengalami peningkatan sehingga daya beli masyarakat akan mengalami penurunan. Apabila nasabah memiliki tujuan untuk mempertahankan tingkat konsumsinya, maka pendapatan yang awalnya dialokasikan sebagai simpanan akan digunakan sebagian atau seluruhnya untuk keperluan konsumsi.

Masalah Inflasi di Indonesia ternyata bukan saja merupakan fenomena jangka pendek, tetapi juga merupakan fenomena jangka panjang (Atmadja, 1999). Hal ini berarti inflasi yang terjadi pada suatu periode tidak langsung mempengaruhi jumlah DPK BUS pada periode itu juga, namun bisa jadi mempengaruhi jumlah DPK BUS pada periode-periode selanjutnya.

Selain itu antara inflasi dengan jumlah DPK BUS terdapat kemungkinan hubungan positif. Hal ini dapat terjadi karena ketika terjadi inflasi, pemerintah akan mengeluarkan kebijakan moneter dengan meningkatkan suku bunga simpanan bank konvensional yang akan diikuti dengan peningkatan pemberian *return* (bagi hasil dan bonus) oleh bank syariah untuk nasabah agar DPK yang dihimpun BUS juga semakin meningkat.

Terkait dengan inflasi, menurut Huda (2008:176) studi tentang inflasi di Indonesia telah banyak dilakukan, salah satunya yaitu oleh Sadono Sukirno. Menurut Sadono Sukirno penyebab inflasi di Indonesia adalah karena adanya kenaikan harga-harga barang yang diimpor, penambahan penawaran uang yang berlebihan tanpa diikuti oleh pertambahan produksi dan penawaran barang, serta terjadinya kekacauan politik dan ekonomi sebagai akibat pemerintahan yang kurang bertanggung jawab.

V. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persamaan regresi berganda yang terbentuk untuk masing-masing individu adalah
 Bank Muamalat Indonesia

$$JDPK = 0,918172 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

 BRI Syariah

$$JDPK = 4,930115 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

 Bank Syariah Mandiri

$$JDPK = 0,090216 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

 Bank Syariah Mega

$$JDPK = -2,85395 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

 Bank Panin Syariah

$$JDPK = 23,57184 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

 Bank Syariah Bukopin

$$JDPK = -0,6408 + 0,184787 \text{ BHB} + 0,005491 \text{ BP} - 0,001823 \text{ INFL}$$

2. Variabel bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK BUS pada periode triwulan I 2010-triwulan I 2015 pada signifikansi α 5%.
3. Variabel bagi hasil dan bonus secara parsial memiliki hubungan positif dan pengaruh secara signifikan, biaya promosi secara parsial memiliki hubungan positif dan pengaruh tidak signifikan, dan inflasi secara parsial memiliki hubungan negatif dan pengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK BUS pada periode triwulan I 2010-triwulan I 2015 pada signifikansi α 5%.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 83,9906%, sehingga variabel jumlah dana pihak ketiga bank umum syariah triwulan I 2010-triwulan I 2015 dapat dijelaskan oleh variabel bagi hasil dan bonus, biaya promosi, dan inflasi sebesar 83,9906%. Sedangkan sisanya yaitu 16,0094% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ajija, Shochrul R., Dyah W. Sari, Rahmat H. Setianto, Martha R. Primanti. 2011. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2010. *Efektifitas Biaya Promosi dan Biaya Diklat Terhadap*

- Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 15(3). (Desember).
- Arifin, Zainul. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Atmadja, Adwin S. 1999. Inflasi di Indonesia: Sumber-Sumber Penyebab dan Pengendaliannya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 1 (1). (Mei), pp: 54-67.
- Bank Indonesia. *Statistik Perbankan Syariah-Periode 2005-2015*, (Online), (<http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Default.aspx>, diakses 2 September 2015).
- , *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1992 Tentang Perbankan Sebagaimana Diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998*, (Online), (<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Contents/Default.aspx>, diakses 10 September 2015).
- Departemen Agama RI. 2012. *Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemah Per Kata*. Bekasi: Cipta Bagus Segara.
- Fajri, Detha Alfrian dkk. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6(2). (Desember).
- Firdaus, Yusnizal. 2011. Peranan Biaya Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Salah Satu Perusahaan Pembiayaan di Palembang). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, Vol. 1(2). (Mei).
- Greene, William H. 1991. *Econometric Analysis*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Haron, Sudin dan Norafifah Ahmad. 2000. The Effects of Conventional Interest Rates and Rate of Profit on Funds Deposited With Islamic Banking System in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol 1(4).
- Huda, Nurul, Handi Rizsa Idris, Mustafa Edwin Nasution, Ranti Wiliasih. 2008. *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Medis Group.
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Keuangan RI. *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK.03/2010*, (Online), (<http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/2010/02~PMK.03~2010Per.HTM>, diakses pada 11 Desember 2015. Pukul 09.56).
- Karim, Adiwarmar. 2013. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Edisi Kelima. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Maski, Ghozali. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 (1), pp: 43-57.

- Natalia, Evi, Moch. Dzulkirom A.R., Sri Mangesti Rahayu. 2014. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri Periode 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9(1). (April).
- Pujjiono, Arif. 2004. Posisi dan Prospek Bank Syariah dalam Dunia Usaha Perbankan. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 1(1). (Juli), pp: 45-58.
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah. 2014. *OJK: Bank Syariah Hadapi Ketatnya Perebutan Dana Nasabah*, (Online), (http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/04/15/1246420/OJK.Bank.Syariah.Hadapi.Ketatnya.Perebutan.Dana.Nasabah?utm_source=bisniskeuangan&utm_medium=bp-kompas&utm_campaign=related&, diakses 17 September 2015).
- Wulandari, Septa. 2014. *Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Total Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Umum Syariah di Indonesia (Studi Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2013)*. Skripsi Dipublikasikan. Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Wirosa. 2011. *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Wiyanti, Sri. 2012. *Investasi Bank Syariah Kurang Promosi*, (Online), (<http://www.merdeka.com/uang/investasi-bank-syariah-kurang-promosi.html>, diakses 31 Maret 2016).