

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank BRI Syariah Indonesia Tbk

by Suhar tono

Submission date: 14-Jan-2022 04:17AM (UTC+0000)

Submission ID: 1741488933

File name: tes.docx (59.82K)

Word count: 2041

Character count: 12868

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank BRI Syariah Indonesia Tbk

**Suhartono¹, Suci Dwi Purwati², Taat Kuspriyono³,
Vera Agustina Yanti⁴, Lukman Hakim⁵,**

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Sarana Informatika

¹suhartono.sht@bsi.ac.id; ²sucidwipurwati30@gmail.com; ³taat.tat@bsi.ac.id;

⁴vera.vay@bsi.ac.id ; ⁵lukman.lmh@bsi.ac.id

Abstract

One way to increase third party funds is through promotion of bank services and products so that people are interested in saving their money at the bank. The purpose of this study is to analyze the effect of Promotional Costs on TPF. The sample data was taken from the BRI Syariah website for 2016 – 2020 monthly data analysis methods using statistical analysis of correlation, determination, and regression. The results showed that the relationship formed from two variables had a correlation coefficient of more than one and the direction of the relationship was positive, and the effect of promotion costs on third party funds was 0.038%. This figure was obtained from the results of the determination test. The regression equation formed between promotion costs and third party funds is = 26705681.242 + 203.726X.

Keywords: Promotion Fee, Third party Fund

Abstrak

Salah satu cara untuk meningkatkan dana pihak ketiga adalah melalui promosi terhadap layanan dan produk bank sehingga masyarakat tertarik untuk menyimpan uangnya pada bank tersebut, Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh Biaya Promosi terhadap DPK. Data sampel diambil dari website BRI Syariah data perbulan 2016 – 2020. Metode analisis data dengan menggunakan analisis statistik korelasi, determinasi, dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang terbentuk dari dua variabel memiliki koefisien korelasi lebih dari satu dan arah hubungan yang positif, dan pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga adalah 0,038%. Angka ini diperoleh dari hasil uji determinasi. Persamaan regresi yang terbentuk antara biaya promosi dan dana pihak ketiga adalah $\hat{Y} = 26705681,242 + 203,726X$.

Keywords: Biaya Promosi, Dana pihak ketiga

PENDAHULUAN

Era milenial saat ini sangat menuntut perusahaan agar dapat bersaing secara global/internasional dengan kompetitor dari berbagai negara. Demikian halnya dengan dunia perbankan dengan persaingan yang sangat ketat dari

perbankan negara-negera maju. Untuk memenangkan persaingan tersebut, bank harus mendapatkan kepercayaan yang sangat besar dari masyarakat agar mau menyimpan dananya dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan deposito dan simpanan giro atau disebut Dana Pihak Ketiga.

Tingginya DPK yang berhasil dihimpun menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut sudah sangat baik (Fitri, 2016). Meningkatnya DPK secara otomatis akan meningkatkan pendapatan bank (Anggreni & Suardhika, 2014). Ada banyak cara untuk meningkatkan DPK, salah satunya dengan mengadakan promosi kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menyimpan dananya di bank tersebut. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk masyarakat untuk membelinya (Rustam et al., 2014). Jika biaya promosi meningkat maka DPK juga akan meningkat (Arif, 2010)

Penelitian (Ardin, 2018) (Felicia & Gultom, 2018) (Ruslan et al., 2019) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas/laba bersih. Penelitian (Ardin, 2018) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pangsa pasar DPK. Penelitian (Felicia & Gultom, 2018) (Syaharuddin, 2015) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh dengan baik dalam meningkatkan volume penjualan.

Penelitian sebelumnya (Mulyana, 2017) (Nugraheni & Septiarini, 2017) (Susanti, 2015) menunjukkan bahwa Equivalent Rate (ER) mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap DPK. Penelitian (Triuspitorin & Setiawan, 2020)(Mulyana, 2017) (Nofinawati, 2018) menunjukkan bahwa faktor makro ekonomi yaitu nilai tukar rupiah, BI rate, PDB dan IHSG memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPK. Penelitian (Firdausi, 2016) menunjukkan bahwa kinerja perbankan yang terdiri dari CAR, BOPO, ROA dan LDR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DPK. Penelitian (Triandini, 2013) menunjukkan bahwa layanan jemput bola turut serta memiliki pengaruh terhadap DPK dan jumlah nasabah. Penelitian (Setiyono & Suharti, 2021) menunjukkan bahwa meskipun program laku

pandai meningkatkan DPK secara signifikan, tetapi tidak membuat DPK bank tersebut menjadi lebih unggul dibandingkan DPK bank lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap DPK. Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi dunia perbankan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif untuk meneliti populasi atau sample tertentu secara random, data dikumpulkan dan dianalisis secara statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009). Data sekunder yang digunakan adalah laporan keuangan PT, Bank BRI Syariah tahun 2016-2020 dengan menggunakan teknik analisis datanya yaitu uji korelasi, uji determinasi, dan uji persamaan regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Promosi

Dibawah ini merupakan tabel data biaya promosi pada Bank BRI Syariah Indonesia. Adapun pengambilan data biaya promosi ini didapat dari laporan keuangan Bank Rakyat Syariah Indonesia dalam bentuk laporan keuangan perbulan periode 2016-2020 yang terdapat pada website Bank Rakyat Syariah Indonesia.

**Tabel 1 Data Biaya Promosi
Dalam Jutaan Rupiah**

No	Tahun	Bulan	Biaya Promosi
1	2016	Januari	148
2		Februari	599
3		Maret	1,178
4		April	5,951
5		Mei	6,938
6		Juni	8,513
7		Juli	10,933
8		Agustus	13,410
9		September	15,620
10		Oktober	18,248
11		November	20,568
12		Desember	20,977
13	2017	Januari	378
14		Februari	667

15		Maret	987
16		April	4,276
17		Mei	8,216
18		Juni	9,153
19		Juli	10,509
20		Agustus	12,629
21		September	15,065
22		Oktober	17,824
23		November	19,829
24		Desember	378
25	2018	Januari	378
26		Februari	667
27		Maret	987
28		April	4,276
29		Mei	8,216
30		Juni	9,153
31		Juli	10,509
32		Agustus	12,629
33		September	15,065
34		Oktober	17,824
35		November	19,829
36		Desember	20,426
37	2019	Januari	676
38		Februari	1,123
39		Maret	1,373
40		April	1,611
41		Mei	2,140
42		Juni	2,417
43		Juli	3,675
44		Agustus	5,013
45		September	9,750
46		Oktober	14,772
47		November	19,554
48		Desember	20,178
49	2020	Januari	353
50		Februari	773
51		Maret	1,332
52		April	1,862
53		Mei	2,718
54		Juni	5,215
55		Juli	7,831
56		Agustus	12,043
57		September	14,982
58		Oktober	18,000
59		November	20,977
60		Desember	24,041

Sumber :www.brisyariah.co.id

Berdasarkan Tabel 1, terlihat dalam setiap periode ⁴ Biaya promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Indonesia mengalami peningkatan dari setiap periodenya.

DPK

Tabel 2 Dana Pihak Ketiga

Dalam Jutaan Rupiah

No	Tahun	Bulan	Giro	Tabungan	Deposito	DPK
1	2016	Januari	842,710	4,431,023	14,341,691	19,615,424
2		Februari	933,265	4,469,058	4,584,417	19,986,740
3		Maret	989,448	4,487,706	4,801,869	20,279,023
4		April	828,693	4,603,866	15,039,782	20,472,341
5		Mei	1,722,078	4,488,776	4,154,026	20,364,880
6		Juni	1,487,285	4,668,894	3,997,507	20,153,686
7		Juli	956,680	4,718,516	4,695,886	20,371,082
8		Agustus	889,964	4,800,165	5,045,179	20,735,308
9		September	906,268	4,842,502	5,444,774	21,193,544
10		Oktober	945,807	4,919,696	5,267,459	21,132,962
11		November	1,388,926	4,978,038	6,013,123	22,380,087
12		Desember	1,129,560	5,159,882	5,729,625	22,019,067
13	2017	Januari	1,082,817	5,154,851	15,861,632	22,099,300
14		Februari	1,173,724	5,240,379	16,256,269	22,670,372
15		Maret	1,269,428	5,336,788	6,400,807	23,007,023
16		April	1,981,263	5,234,222	6,280,067	23,495,552
17		Mei	2,284,813	5,215,259	7,003,673	24,503,745
18		Juni	1,406,310	5,364,103	7,193,020	23,963,433
19		Juli	1,318,447	5,490,519	17,616,138	24,425,104
20		Agustus	1,381,914	5,555,119	8,225,539	25,162,572
21		September	1,456,476	5,561,252	8,340,728	25,358,456
22		Oktober	1,425,694	5,697,402	8,184,751	25,307,847
23		November	1,419,273	5,824,415	8,178,999	25,422,687
24		Desember	1,908,879	6,020,136	8,384,086	26,313,101
25	2018	Januari	1,552,875	6,097,897	0,074,703	27,725,475
26		Februari	2,046,489	6,168,294	,613,064	28,827,847
27		Maret	1,474,066	4,970,058	,404,733	26,848,857
28		April	2,129,643	6,256,778	0,721,885	29,108,306
29		Mei	2,141,056	6,044,203	9,386,120	27,571,379
30		Juni	1,516,805	6,458,328	8,860,808	26,835,941
31		Juli	1,511,833	6,643,460	,150,193	27,305,486
32		Agustus	1,669,995	6,715,427	9,347,404	27,732,826
33		September	1,685,769	6,790,367	9,281,596	27,757,732
34		Oktober	1,451,397	6,889,668	9,334,535	27,675,600
35		November	1,843,053	7,006,915	9,100,930	27,950,898
36		Desember	2,572,499	7,260,920	9,029,104	28,862,523
37	2019	Januari	1,950,916	7,336,687	19,153,848	28,441,451
38		Februari	1,979,121	7,450,761	9,556,525	28,986,407
39		Maret	2,182,146	7,315,538	8,939,604	28,437,288
40		April	2,186,517	7,447,186	8,346,769	27,980,472
41		Mei	2,804,074	7,662,582	6,703,246	27,169,902
42		Juni	3,959,603	7,737,602	6,397,632	28,094,837
43		Juli	3,527,830	7,978,993	9,269,469	30,776,292
44		Agustus	2,859,463	8,053,470	6,867,756	27,780,689
45		September	2,468,373	8,178,552	7,573,850	28,220,775
46		Oktober	2,348,881	8,318,322	7,954,198	28,621,401

47	November	2,284,804	8,477,987	7,818,792	28,581,583
48	Desember	2,572,499	7,260,920	9,029,104	28,862,523
49	2020 Januari	8,829,182	9,107,925	17,082,195	35,019,302
50	Februari	7,523,354	9,561,895	7,173,938	34,259,187
51	Maret	7,176,892	9,682,552	6,159,832	33,019,276
52	April	9,388,698	9,970,979	6,377,016	35,736,693
53	Mei	9,733,874	10,704,042	6,086,786	36,524,702
54	Juni	9,970,444	12,346,503	18,753,874	41,070,821
55	Juli	9,426,730	13,338,992	18,525,426	41,291,148
56	Agustus	10,948,300	13,602,837	19,937,189	44,488,326
57	September	0,992,212	4,023,213	23,719,533	48,734,958
58	Oktober	0,743,243	14,252,689	25,867,698	50,863,630
59	November	10,459,441	14,675,940	26,042,786	51,178,167
60	Desember	7,941,858	5,394,619	26,010,685	49,347,162

Sumber :www.brisyariah.co.id

Dari table 2 dapat dilihat dalam setiap periode terus mengalami peningkatan pada penghimpunan dana pihak ketiga oleh Bank Rakyat Syariah Indonesia.

Analisis Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 3 Tabel Analisis Koefisien Korelasi

Correlations			
		Biaya Promosi	DPK
Biaya Promosi	Pearson Correlation	.1	.196
	Sig. (2-tailed)		.133
	N	60	60
DPK	Pearson Correlation	.196	.1
	Sig. (2-tailed)	.133	
	N	60	60

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2021

Terlihat pada tabel 3 pada bagian *pearson correlation* diperoleh nilai perhitungan korelasi yang menunjukkan hubungan sebesar 0.196. Dari hasil analisis dapat disimpulkan tampak bahwa hubungan biaya promosi DPK sangat lemah.

Pada bagian Sig. (2-tailed) diperoleh nilai perhitungan signifikansi > 0,05 sebesar 0.133 sehingga menunjukkan signifikansi yang tidak berkorelasi artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Angka koefisien menunjukkan tidak berkorelasi artinya tidak adanya hubungan korelasi terhadap kedua variabel tersebut.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change
					R Square Change	F Change	df1	df2	
1	,196 ^a	,038	,022	7755957,911	,038	2,320	1	58	,133

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2021

Pada tabel 4 R square menunjukkan koefisien determinasi atau nilai r^2 sebesar 0,038% artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y yaitu 0,038% sedangkan sisanya yaitu sebesar $100\% - 0,038\% = 99,962\%$ dijelaskan oleh faktor lain.

Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Tabel Perhitungan Kelayakan Model Regresi (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1395607320252	1	1395607320252	2,320	,133 ^b
		05,200		05,200		
	Residual	3488983220378	58	6015488310996		
		198,000		8,930		
	Total	3628543952403	59			
		403,000				

a. Dependent Variable: DPK

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2021

Dari output diatas hasil perhitungan kelayakan model regresi pada bagian sig. menunjukkan angka 0.133 diatas 0,05 berarti model regresi menunjukkan signifikansi sangat rendah.

b. Uji Koefisien Regresi

Tabel 6 Analisis Regresi Linear Sederhana (\hat{Y})

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	
1	(Constant)	26705681,242	1614817,470		16,538	,000
6	Biaya Promosi	203,726	133,752	,196	1,523	,133

a. Dependent Variable: DPK

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan yang dikerjakan didapat b, koefisien regresi sebesar 203,726 dan a, konstanta sebesar 26705681,242 bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 26705681,242 + 203,726X$$

Berdasarkan tabel 6 diatas, uji ANOVA menghasilkan angka F sebesar 2,320 dengan tingkat signifikansi (angka probabilitas) sebesar 0,133. Karena angka probabilitas > 0.05 ($0,133 > 0,05$) maka model regresi ini belum layak.

Persamaan regresi $\hat{Y} = 26705681,242 + 203,726X$ hasil ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai a = angka konstan (a) adalah 26705681,242; dapat diartikan jika variabel X bernilai 0, maka tingkat penghimpunan DPK sebesar 26705681,242.
- Nilai b = angka koefisien regresi nilainya sebesar 203,726. Nilai ini memiliki makna bahwa setiap penambahan 1 satuan biaya promosi, maka dana pihak ketiga meningkat 203,726. Kenaikan jumlah biaya promosi signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, dapat diketahui nilai signifikan $0,133 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y. Hubungan dapat dilihat dari Pearson Correlation sebesar 0,196 yang artinya bahwa Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga memiliki hubungan yang sangat lemah dengan arah hubungan yang searah. Arah hubungan yang antara kedua variabel positif. Yang artinya jika

Biaya Promosi naik, maka DPK juga naik. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (r^2) dapat diketahui nilai signifikan $0,133 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Promosi terhadap DPK. Berdasarkan hasil uji persamaan regresi yang terbentuk antara biaya promosi dan dana pihak ketiga adalah $\hat{Y} = a + bX$, $\hat{Y} = 26705681,242 + 203,726X$. Dimana angka dapat diartikan sebagai berikut konstanta sebesar 26705681,242 berarti jika variabel X bernilai 0 maka tingkat penghimpunan DPK bernilai positif sebesar 26705681,242. Koefisien regresi variabel sebesar 203,726 artinya jika variabel X memiliki penambahan 1, maka variabel Y meningkat jadi 203,726. Kenaikan jumlah biaya promosi secara signifikan menaikkan jumlah dana pihak ketiga pada Bank BRI Syariah Indonesia.

Perbankan Syariah Indonesia diharapkan lebih dapat meningkatkan kegiatan promosi terhadap dana pihak ketiga, karena Dana Pihak Ketiga sangatlah penting untuk mengembangkan bank tersebut. Penelitian selanjutnya agar memasukan variabel - variabel lainnya seperti variabel jumlah bagi hasil, inflasi dan sebagainya.

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank BRI Syariah Indonesia Tbk

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

20 %
INTERNET SOURCES

9 %
PUBLICATIONS

5 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 etd.iain-padangsidimpuan.ac.id 2 %
Internet Source

2 www.scribd.com 2 %
Internet Source

3 eprints.iain-surakarta.ac.id 2 %
Internet Source

4 etheses.uin-malang.ac.id 1 %
Internet Source

5 repository.uinbanten.ac.id 1 %
Internet Source

6 etheses.iainponorogo.ac.id 1 %
Internet Source

7 repository.unmuhjember.ac.id 1 %
Internet Source

8 Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 1 %
Student Paper

9	Submitted to Laureate Higher Education Group Student Paper	1 %
10	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
11	pidiejayakab.go.id Internet Source	1 %
12	Andi Ruslan, Cipi Pahlevi, Syamsu Alam, Mursalim Nohong. "BIAYA PROMOSI, PANGSA PASAR DAN PROFITABILITAS PERBANKAN INDONESIA TAHUN 2010-2017", SIMAK, 2019 Publication	1 %
13	id.scribd.com Internet Source	1 %
14	repository.unwim.ac.id Internet Source	1 %
15	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
18	positori.usu.ac.id Internet Source	<1 %

19	docobook.com Internet Source	<1 %
20	jurnal.umus.ac.id Internet Source	<1 %
21	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
23	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
24	jurnal.umpwr.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.bsi.ac.id Internet Source	<1 %
26	Haryati Haryati, Neneng Hasanah. "Kecemasan Mahasiswa Fakultas Dakwah Menghadapi Dunia Kerja", INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies, 2020 Publication	<1 %
27	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

