

---

## **Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Pt Bank Syariah Mandiri**

**Aida Nurul Izzah**

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah inovasi digital yang dikeluarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri berupa Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi yang dikeluarkan oleh bank serta perubahan Nilai Tukar Rupiah yang terjadi di masyarakat memiliki pengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga pada bank. Untuk melihat pengaruh atau dampak dari layanan Pembukaan Rekening *Online* dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *Dummy* variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Dummy* Pembukaan Rekening Online dan variabel Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh terhadap DPK, sedangkan pada variabel Biaya Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap DPK. Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan menunjukan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tujuan dari inovasi digital yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri dengan mengeluarkan layanan Pembukaan Rekening *Online* guna mempermudah masyarakat membuka rekening yang kemudian akan meningkatkan DPK yang dapat dihimpun oleh bank telah dicapai dengan baik oleh PT Bank Syariah Mandiri.

**Kata Kunci : Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, Nilai Tukar Rupiah, Dana Pihak Ketiga**

### **Pengutipan :**

Izzah, A. N. (2024). Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Mandiri. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, Vol.4 (2), 97-108

## **PENDAHULUAN**

Bank merupakan lembaga yang bergerak pada bidang keuangan yang memiliki tugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat (Sudaryo & Yudanegara, 2017, hal. 11). Sehingga bank dapat menjadi tempat bagi masyarakat perorangan maupun perusahaan untuk menyimpan dan menitipkan dana nya. Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan sumber utama Bank Syariah untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu mengoptimalkan usaha nya dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga.

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat mengarahkan bank syariah untuk lebih meningkatkan pelayanan dengan membentuk perbankan digital. Pelayanan bank syariah dalam bentuk digital ini sangat mendorong bank sebagai lembaga pelayanan jasa untuk mengoptimalkan penggunaan data nasabah agar memberikan layanan yang lebih mudah, cepat, serta sesuai kebutuhan nasabah. Karena pada praktiknya hal ini pun mempermudah nasabah dalam mengakses layanan bank syariah lewat layanan berbasis online, tanpa harus datang langsung ke bank.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tercatat bahwa terjadi peningkatan jumlah pada nasabah pengguna *e-banking* (*internet banking, phone banking, mobile banking, SMS banking*) yaitu sebesar 270% yang terjadi pada tahun 2012 sampai tahun 2016, dimana jumlah nasabah pada tahun 2012 sebanyak 13,6 juta nasabah menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Selain itu jumlah transaksi penggunaan *e-banking* juga mengalami peningkatan dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 meningkat menjadi 405 juta transaksi pada tahun 2016, yang berarti terdapat peningkatan transaksi sebesar 169%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sedang terjadi perubahan tren menuju era digital banking di Indonesia.

Inovasi yang dilakukan bank dengan berbasis digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Susilawaty & Nicola, 2019), yang kemudian dengan adanya kepuasan nasabah maka akan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah dimana nasabah yang loyal terhadap bank akan terus menitipkan dananya kepada bank (Setiawan, 2017) sehingga kemampuan bank dalam menghimpun dana pihak ketiga nya semakin baik. Akan tetapi pada penelitian lain mengatakan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah (Mulyani & Hufon, 2018).

Berdasarkan pengamatan dalam satu tahun terakhir, di Indonesia belum cukup banyak bank syariah yang siap dan serius dalam menggarap *Digital Banking*. Salah satu bank syariah yang mampu menunjukkan kualitas pelayanan berbasis *Digital Banking* yang baik adalah Bank Syariah Mandiri.

Hal tersebut dapat dilihat dengan persiapan yang cukup baik yang dimiliki Bank Syariah Mandiri dalam mengembangkan *Digital Banking*. Tercatat bahwa pada awal tahun 2019 Bank Syariah Mandiri telah menyiapkan anggaran sebesar 270 miliar rupiah yang digunakan untuk belanja terkait kebutuhan Teknologi Informasi (IT) dimana anggaran tersebut naik sebesar 42% secara tahunan. Hal ini menjadi strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperdalam layanan *Digital Banking* (Khadafi, 2019).

Inovasi layanan berbasis digital yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri adalah pembukaan rekening *online*, dimana dengan dikeluarkan layanan tersebut diharapkan masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk datang ke kantor cabang atau sibuk bekerja tetap dapat membuat rekening dengan menggunakan gadget ataupun laptop mereka.

Selain menyediakan layanan yang menarik dan dapat mempermudah nasabah, promosi menjadi sarana paling ampuh yang dilakukan oleh bank guna menarik serta mempertahankan nasabahnya. Sehingga salah satu tujuan dilakukannya promosi adalah guna memberikan informasi mengenai produk yang akan ditawarkan oleh bank dan merupakan salah satu usaha bank dalam menarik calon nasabah baru (Al Arif, 2010, hal. 170).

**Tabel 1.1 Biaya Promosi dan Jumlah DPK**  
**Bank Syariah Mandiri**  
(Dalam Jutaan Rupiah)

| Triwulan | Biaya Promosi |         | DPK        |            |
|----------|---------------|---------|------------|------------|
|          | 2018          | 2019    | 2018       | 2019       |
| I        | 15.508        | 27.992  | 82.584.120 | 87.154.766 |
| II       | 29.667        | 43.080  | 82.416.504 | 87.354.852 |
| III      | 51.435        | 68.811  | 82.275.458 | 90.494.317 |
| IV       | 83.078        | 114.244 | 87.471.843 | 99.809.729 |

Sumber: Laporan keuangan Bank Syariah Mandiri

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa biaya promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan pada setiap triwulannya baik di tahun 2018 maupun tahun 2019, hal ini bisa saja disebabkan karena adanya persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan khususnya Perbankan Syariah. Sehingga diharapkan dengan adanya pertumbuhan pada biaya promosi yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri dapat sesuai sasaran dan mampu mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri. Akan tetapi disini, terjadinya peningkatan atas biaya promosi tersebut tidak diikuti dan/atau sejalan dengan perkembangan dari DPK yang dihipunknya.

Faktor lain yang mempengaruhi Bank Syariah dalam menghimpun DPK nya dapat berasal dari faktor eksternal yaitu kondisi makroekonomi. Salah satu indikator dari makroekonomi adalah nilai tukar rupiah terhadap valuta asing, atau biasa disebut kurs.

Besaran atau tingkat pertukaran mata uang dinilai sangat penting karena dapat mempengaruhi harga pada barang impor maupun barang ekspor. (Rivai, 2007, hal. 913). Kuatnya nilai tukar uang suatu negara dapat menunjukkan sehatnya kondisi perekonomian negara tersebut sehingga dapat berdampak pada meningkatnya jumlah simpanan masyarakat pada bank (Rivai & Veithzal, 2006, hal. 34).

**Tabel 1.2 Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar dan Jumlah DPK  
Bank Syariah Mandiri**

| Triwulan | Nilai Tukar Rupiah |        | Dana Pihak Ketiga (Dalam Jutaan Rupiah) |            |
|----------|--------------------|--------|-----------------------------------------|------------|
|          | 2018               | 2019   | 2018                                    | 2019       |
| I        | 13.825             | 14.315 | 82.584.120                              | 87.154.766 |
| II       | 14.476             | 14.212 | 82.416.504                              | 87.354.852 |
| III      | 15.004             | 14.245 | 82.275.458                              | 90.494.317 |
| IV       | 14.553             | 13.970 | 87.471.843                              | 99.809.729 |

Sumber: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) dan Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri

Pada tabel 1.2 dapat dilihat perubahan harga pada Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar yang terjadi di Indonesia bersifat cukup fluaktif pada setiap Triwulannya baik pada tahun 2018 maupun 2019, akan tetapi perubaham dari harga nilai tukar tersebut tidak berjalan seiringan dengan pergerakan DPK yang dihimpun oleh bank.

Menurut (Jatnika, 2020) jumlah Dana Pihak Ketiga yang dihimpun oleh bank dapat dipengaruhi oleh besarnya Nilai Tukar Rupiah secara signifikan, hal tersebut karena jika terjadi kenaikan pada nilai tukar maka barang impor juga akan mengalami kenaikan, sehingga masyarakat akan lebih memilih untuk menyimpan uangnya daripada harus membelanjakannya. Hal ini didukung oleh penelitian lainnya yang juga menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai tukar rupiah terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Devisa di Indonesia, dimana jika terjadi kenaikan pada nilai tukar rupiah maka Dana Pihak Ketiga yang dihimpun oleh bank juga akan mengalami peningkatan (Saputra & Gunistiyo, 2016).

Sedangkan pada hasil penelitian lain mengatakan hal yang berbeda, Kurs Dollar Amerika Serikat tidak memiliki pengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga karena fluktuasi kurs yang terjadi pada periode penelitian tidak terlalu tajam, sehingga melemah ataupun menguatnya nilai tukar rupiah terhadap Dollar AS tidak mempengaruhi masyarakat dalam menyimpan dananya di bank (Wulandari & Prameswara, 2019).

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana layanan pembukaan rekening *online* yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri dapat memudahkan masyarakat

dalam membuat rekening di Bank Syariah Mandiri, sehingga dapat berpengaruh pada pertumbuhan komposisi DPK Bank Syariah Mandiri, melihat secara empiris bagaimana pengaruh biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank sesuai sasaran dan dapat menarik minat nasabah untuk menitipkan dananya di Bank Syariah Mandiri sehingga dapat meningkatkan jumlah penghimpunan DPK di Bank Syariah Mandiri, serta menganalisis bagaimana besaran nilai tukar rupiah terhadap US Dollar dapat mempengaruhi DPK pada bank.

## METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang dipublikasikan oleh PT Bank Syariah Mandiri serta laporan perubahan Nilai Tukar Rupiah di Indonesia yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia. Penelitian ini menggunakan data runtutan waktu (*time series*) yaitu data bulanan periode Januari 2017 sampai dengan bulan Mei 2020. Objek pada penelitian ini adalah PT Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda, dimana pada analisis ini variabel terikat (Y) dijelaskan dengan menggunakan lebih dari satu variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) namun tetap menunjukkan hubungan yang linear (Hasan M. I., 2008). Metode analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan yang signifikan atau tidak dari dua variabel atau lebih dengan menggunakan koefisien regresinya (Hasan I. , 2013, hal. 107).

Analisis data pada penelitian ini menggunakan model analisis statistik. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1) *Dummy* Pembukaan Rekening *Online*, 2) Biaya Promosi, 3) Nilai Tukar Rupiah. Sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah Dana Pihak Ketiga (DPK).

Secara matematis hubungan antar variabel-variabel tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DPK = \alpha + \beta_1 D\_Online + \beta_2 B\_Promosi + \beta_3 N\_Tukar + \varepsilon$$

Keterangan:

DPK : Dana Pihak Ketiga

$\beta_1$  : *Dummy* Pembukaan Rekening *Online* (0 sebelum memiliki layanan pembukaan rekening online; 1 selama memiliki layanan pembukaan rekening online)

$\beta_2$  : Biaya Promosi

$\beta_3$  : Nilai Tukar Rupiah

$\varepsilon$  : Error term

$\alpha$  ,  $\beta$  : Koefisien regresi linear berganda

Pada analisis regresi linier berganda terdapat persyaratan untuk melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk memperoleh hasil regresi yang baik. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini diantaranya adalah 1) uji normalitas, 2) uji multikolinearitas, 3) uji heteroskedastisitas, dan 4) uji autokorelasi. Kemudian selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikansi parameter (uji statistik t), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji signifikansi simultan (uji statistik F).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif bertujuan untuk memudahkan dan merangkum informasi yang ditunjukkan dalam beberapa parameter guna mengetahui informasi dengan lebih cepat serta memberikan representatif mengenai populasi dan sampel, dalam penelitian ini peneliti menggunakan perangkat EViews 9.

**Tabel 3.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

|              | DPK       | D_ONLINE | B_PROMOSI | N_TUKAR  |
|--------------|-----------|----------|-----------|----------|
| Mean         | 83753489  | 0.414634 | 37980.37  | 14063.02 |
| Median       | 82416504  | 0.000000 | 33896.00  | 14078.00 |
| Maximum      | 102321222 | 1.000000 | 114244.0  | 16448.00 |
| Minimum      | 70242496  | 0.000000 | 4167.000  | 13004.00 |
| Observations | 41        | 41       | 41        | 41       |

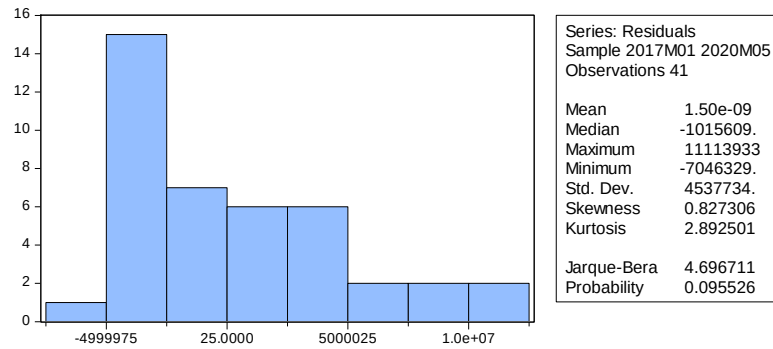
Sumber: Hasil Olah data EViews 9

Bedasarkan hasil uji statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3.1, dapat dilihat bahwa terdapat 41 data yang diuji dalam penelitian ini. Variabel Dummy Pembukaan Rekening Online memiliki nilai minimum sebesar 0 nilai maksimum sebesar 1 serta nilai mean sebesar 0,414. Variabel Biaya Promosi memiliki nilai minimum sebesar 114.244 nilai maksimum sebesar 4.167 serta nilai mean sebesar 37.980,37. Variabel Nilai Tukar memiliki nilai minimum sebesar 13.004 nilai maksimum sebesar 16.448 serta nilai mean sebesar 14.063,02. Variabel Dana Pihak Ketiga (DPK) memiliki nilai minimum sebesar 70.242.496 nilai maksimum sebesar 102.321.222 serta nilai mean sebesar 83.753.489.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik untuk memenuhi persyaratan kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dalam analisis regresi linier berganda sehingga hasil perhitungan yang diperoleh tepat dan akurasi. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini diantaranya:

1. Uji Normalitas

### Grafik 3.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah data EViews 9

Hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini terlihat bahwa memiliki nilai probability sebesar  $0,095 > 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 3.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variable  | Coefficient Variance | Uncentered VIF | Centered VIF |
|-----------|----------------------|----------------|--------------|
| C         | 3.15E+14             | 580.7425       | NA           |
| D_Online  | 2.84E+12             | 2.170832       | 1.270731     |
| B_Promosi | 851.7420             | 3.288385       | 1.025441     |
| N_Tukar   | 1650926.             | 602.6162       | 1.258954     |

Sumber: Hasil Olah data EViews 9

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai VIF pada setiap variabel memiliki nilai  $< 10.00$ , sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3.3 Hasil Uji Heteroskedestitas**

| Heteroskedasticity Test: White |          |                     |        |
|--------------------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic                    | 2.022276 | Prob. F(7,33)       | 0.0818 |
| Obs*R-squared                  | 12.30796 | Prob. Chi-Square(7) | 0.0909 |
| Scaled explained SS            | 7.784086 | Prob. Chi-Square(7) | 0.3520 |

Sumber: Hasil Olah data EViews 9

Hasil dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan metode white, pada tabel tersebut menunjukkan bahwa besaran nilai Probability Chi-Square dalam penelitian ini  $0.0909 > 0.05$ , maka dapat disimpulkan penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastitas.

## 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 3.4 Hasil Uji Autokorelasi**

| Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test: |          |                     |        |
|---------------------------------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic                                 | 1.009249 | Prob. F(2,34)       | 0.3752 |
| Obs*R-squared                               | 2.241624 | Prob. Chi-Square(2) | 0.3260 |

Sumber: Hasil Olah data EViews 9

Dapat dilihat bahwa uji autokorelasi pada penelitian ini memiliki nilai Probability 0.3260 > 0.05, maka disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Kemudian selanjutnya dilanjutkan dengan pengujian hipotesis untuk analisis Regresi Linear Berganda.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Dependent Variable: DPK |             |                       |             |          |
|-------------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Variable                | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.    |
| C                       | 2714429.    | 17756938              | 0.152866    | 0.8793   |
| D_Online                | 11715040    | 1685997.              | 6.948433    | 0.0000   |
| B_Promosi               | 27.10440    | 29.18462              | 0.928722    | 0.3591   |
| N_Tukar                 | 5343.955    | 1284.884              | 4.159096    | 0.0002   |
|                         |             |                       |             |          |
| R-squared               | 0.764595    | Mean dependent var    |             | 83753489 |
| Adjusted R-squared      | 0.745508    | S.D. dependent var    |             | 9352578. |
| S.E. of regression      | 4718112.    | Akaike info criterion |             | 33.66418 |
| Sum squared resid       | 8.24E+14    | Schwarz criterion     |             | 33.83136 |
| Log likelihood          | -686.1158   | Hannan-Quinn criter.  |             | 33.72506 |
| F-statistic             | 40.05867    | Durbin-Watson stat    |             | 0.764995 |
| Prob(F-statistic)       | 0.000000    |                       |             |          |

Sumber: Hasil Olah data EViews

9

Variabel *Dummy* Pembukaan Rekening *Online* menunjukkan hubungan yang berpengaruh terhadap DPK dengan melihat nilai signifikansi sebesar  $0.0000 < 0.05$ , yang artinya kurang dari tingkat kesalahan. Kemudian nilai *t* hitung pada variabel ini sebesar  $6.948 > 2.026$  *t* tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Dummy* Pembukaan Rekening *Online* memiliki pengaruh terhadap DPK, yang artinya bahwa tujuan Bank Syariah Mandiri dalam memudahkan masyarakat membuka rekening dengan memberikan layanan pembukaan rekening online sudah dapat digunakan dan diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga Bank Syariah Mandiri mampu menghimpun DPK nya dengan lebih baik lagi.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Susilawaty dan Nicola, yang mengatakan bahwa inovasi bank berbasis digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Susilawaty & Nicola, 2019) karena ketika nasabah atau masyarakat dapat melakukan transaksi secara online dengan mudah dan lancar maka hubungan pelanggan yang baik dengan sendirinya akan terbangun (Margaret & Kinyuru, 2018). Kemudian dengan adanya akses teknologi perbankan berbasis digital dapat mempengaruhi performa keuangan pada bank



serta dapat meningkatkan jumlah setoran deposit yang dilakukan nasabah dalam jumlah besar, serta platform perbankan berbasis digital dianggap lebih efisien (Otieno & Ndede, 2020).

Variabel Biaya Promosi menunjukkan hubungan yang tidak berpengaruh terhadap DPK dengan melihat nilai signifikansi sebesar  $0.3591 > 0.05$ , yang artinya lebih besar dari tingkat kesalahan. Kemudian nilai  $t$  hitung pada variabel ini sebesar  $0.9287 < 2.026$   $t$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Biaya Promosi terhadap DPK, hal ini bisa disebabkan karena biaya promosi yang dikeluarkan bank tidak berjalan dengan efektif sehingga tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Mumtazah yang menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap jumlah DPK, hal ini disebabkan karena biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank tidak hanya ditunjukkan untuk menghimpun DPK (Mumtazah, 2016). serta besarnya biaya promosi yang telah dikeluarkan bank dinyatakan tidak dapat meningkatkan besarnya dana pihak ketiga yang dihimpun bisa saja disebabkan karena kegiatan promosi yang dilakukan tidak sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan serta kurang adanya rencana dan koordinasi yang baik saat melakukan kegiatan promosi (Indrawan & Givan, 2019).

Sedangkan terdapat perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh secara langsung terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK), sehingga semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan maka DPK juga akan ikut meningkat (Hermawan & Wahyuti, 2018).

Variabel Nilai Tukar Rupiah menunjukkan hubungan yang berpengaruh terhadap DPK dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar  $0.0002 < 0.05$ , yang artinya kurang dari tingkat kesalahan. Kemudian nilai  $t$  hitung pada variabel ini sebesar  $4.15909 > 2,026$   $t$  tabel. Maka disimpulkan bahwa Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh terhadap DPK, hal ini bisa disebabkan karena jika nilai tukar rupiah mengalami kenaikan maka berarti terdapat ketidakpastian pada kondisi makroekonomi, sehingga masyarakat maupun investor cenderung untuk menabung maupun melakukan investasi pada bank.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Jatnika dimana hasil penelitian menyatakan bahwa jumlah DPK yang dihimpun oleh bank dapat dipengaruhi oleh besarnya Nilai Tukar Rupiah secara signifikan, karena jika terjadi kenaikan pada nilai tukar maka barang impor juga akan mengalami kenaikan, sehingga masyarakat akan lebih memilih untuk menyimpan uangnya daripada harus membelanjakannya (Jatnika, 2020). Selain itu terjadinya apresiasi atau kenaikan tingkat nilai tukar dapat meningkatkan jumlah tabungan pada bank juga dapat dikarenakan kondisi ekonomi menjadi lebih kompetitif serta produktif sehingga memicu masyarakat untuk menyertakan dananya kepada bank (Setyowati, 2019).

Sedangkan pada hasil penelitian lain mengatakan hal yang berbeda, Kurs Dollar Amerika Serikat tidak memiliki pengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga karena fluktuasi kurs yang terjadi tidak terlalu tajam, sehingga melemah ataupun menguatnya nilai tukar rupiah terhadap Dollar

## **Aida Nurul Izzah**

*Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Mandiri*

AS tidak mempengaruhi masyarakat dalam menyimpan dananya di bank (Wulandari & Prameswara, 2019).

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki nilai R Square yaitu 0,764 yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Dummy Pembukaan Rekening Online (X1), Biaya Promosi (X2), dan Nilai Tukar Rupiah (X3) dapat mempengaruhi variabel terikatnya yaitu Dana Pihak Ketiga (Y) sebesar 76.4%. Sedangkan sisanya yaitu 23.6% dipengaruhi dari faktor atau variabel lain diluar model regresi dalam penelitian ini.

Uji simultan atau uji F dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dan nilai F hitung sebesar 40.0586 (lebih besar dari nilai Ftabel yaitu 2.86). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji t atau secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Dummy* Pembukaan Rekening Online serta Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh terhadap DPK, dan pada variabel Biaya Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap DPK Bank Syariah Mandiri periode Januari 2017 – Mei 2020.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa layanan Pembukaan Rekening *Online* yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri sudah dapat diterima dan digunakan dengan baik oleh masyarakat sehingga bank mampu menghimpun DPK nya dengan lebih baik lagi. Selain itu, Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar yang terjadi di Indonesia dapat mempengaruhi DPK yang dihimpun oleh bank, karena dengan adanya perubahan tersebut dapat menimbulkan ketidakpastian kondisi ekonomi sehingga masyarakat serta investor lebih memilih untuk menyimpan dananya di bank. Sedangkan, peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri tidak dapat mempengaruhi DPK yang dihimpun oleh bank karena biaya promosi yang dikeluarkan berjalan kurang efektif.

Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri dijelaskan oleh *Dummy* Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, serta Nilai Tukar Rupiah sebesar 76,4%.

Hasil uji F atau secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Dummy* Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, serta Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri periode Januari 2017 – Mei 2020.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Al Arif, M. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

- Fachrunnisa. (2017). Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga. *Akuntabilitas Vol. 10 (No.2)*, 366.
- Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasan, M. I. (2008). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hermawan, A., & Wahyuti, A. (2018). Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Dana Pihak Ketiga di Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 7 (No.8)*, 13.
- Indrawan, H. E., & Givan, B. (2019). Biaya Promosi dan Biaya Dana Berpengaruh Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Permata Jakarta. *Perspektif No. 17 (No.2)*, 183.
- Iskandar, D., & Firdaus, I. (2014). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Inflasi, dan Kurs Rupiah Terhadap Deposito Mudharabah dan Deposito Bank Konvensional Pada Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Jilid 2 (No.3)*, 342.
- Jatnika, M. D. (2020). Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 4*, 171.
- Khadafi, M. (2019, Juli 8). *Kembangkan Digital Banking, Belanja IT Mandiri Syariah Naik 42%*. Retrieved from Finansial Bisnis: <https://finansial.bisnis.com/read/20190708/90/1121304/kembangkan-digital-banking-belanja-it-mandiri-syariah-naik-42>
- Margaret, G. W., & Kinyuru, R. N. (2018). Digital Banking and Customer Realitionship in Banking Indistry in Kenya. *Internationak Acadcemic Journal of Human Resource and Business Administration, Vol. 3 (Issue 2)*, 26.
- Mulyani, F. R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Bumi Rinjani Kepanjen Malang. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 74.
- Mumtazah. (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 Vol. 3 (No.10)*, 811.
- Otieno, O. S., & Ndede, D. W. (2020). Adoption of Digital Banking Technology and Financial Performance of Commercial Bank in Kenya. *International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting Vol. 2 (Issues1)*, 49.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020, January). *Statistik Perbankan Syariah*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020.aspx>
- Rivai, V. (2007). *Bank and Fianancial Institution Management (Conventional) and Sharia System*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

**Aida Nurul Izzah**

*Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Mandiri*

- Rivai, V., & Veithzal, A. P. (2006). *Credit Manajemen Handbook: Tori, Konsep, Prosedur dan Aplikasi Panduan Praktis*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Rustam, B. R. (2018, Oktober 24). *Perbankan Syariah di Era Digital*. Retrieved from Koran Jakarta: <http://www.koran-jakarta.com/perbankan-syariah-era-digital/>
- Saputra, D. Y., & Gunistiyo. (2016). Pengaruh Nilai Kurs dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Bank Devisa di Indonesia Tahun 2010-2014. *Permana Vol. VIII No.1*, 71.
- Setiawan, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Presepsi Nilai dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *E-Jurnal Universitas Muhammadiyah Palembang*, 225.
- Setyowati, N. (2019). Macroeconomic Determination of Islamic Banking Products in Indonesia. *Economics*, Vol. 7No.2), 10.
- Sudaryo, Y., & Yudanegara, A. (2017). *Investasi dan Lembaga Keuangan*. Yogyakarta: ANDI.
- Susilawaty, L., & Nicola. (2019). Pengaruh Layanan Pebankan Digital pada Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jornal Economics Vo. 7*, 188.
- Wulandari, I. A., & Prameswara, A. A. (2019). Pengaruh Pendapatan per Kapita, Suku Bunga Bi Rate, Inflasi dan Kurs Dollar Amerika Serikat terhadap Simpanan Pihak Ketiga pada Bank Umum di Profonsi Bali. *Warmadewa Economic Development Journal Vol. 2*, 15.