

**PENGARUH PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*, BIAYA
PROMOSI, DAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP DANA
PIHAK KETIGA PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

AIDA NURUL IZZAH

NIM : 1607025051

NIMKO : 3954020216051

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

TAHUN 2020 M/ 1441 H

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri”** merupakan hasil karya saya yang disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 19 Juli 2020



Aida Nurul Izzah

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri**” ditulis oleh **Aida Nurul Izzah**, NIM: 1607025051, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agma Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing,



Prof. Dr. M. Nur Rianto Al-Arif, M.Si

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri**” ditulis oleh **Aida Nurul Izzah**, NIM: 1607025051, NIMKO: 3954020216051, diujikan pada hari Selasa tanggal 18 Agustus 2020, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Nama

(Fitri Liza, S.Ag, M.A)

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza, S.Ag, M.A

Ketua

Ai Fatimah Nur Fuad, Lc, M.A, Ph.D.

Sekretaris

Prof. Dr. M. Nur Rianto Al-Arif, M. Si

Anggota/Pembimbing

Ir. Agung Harvanto, M.E

Anggota/Penguji I

M.A.S Sridjoko Dorojatun, S.T, M.Si

Anggota/Penguji II

ABSTRAK

Aida Nurul Izzah, *Pengaruh Pembukaan Rekening Online, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

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. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya *Dummy* Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi, Nilai Tukar Rupiah, serta Dana Pihak Ketiga.

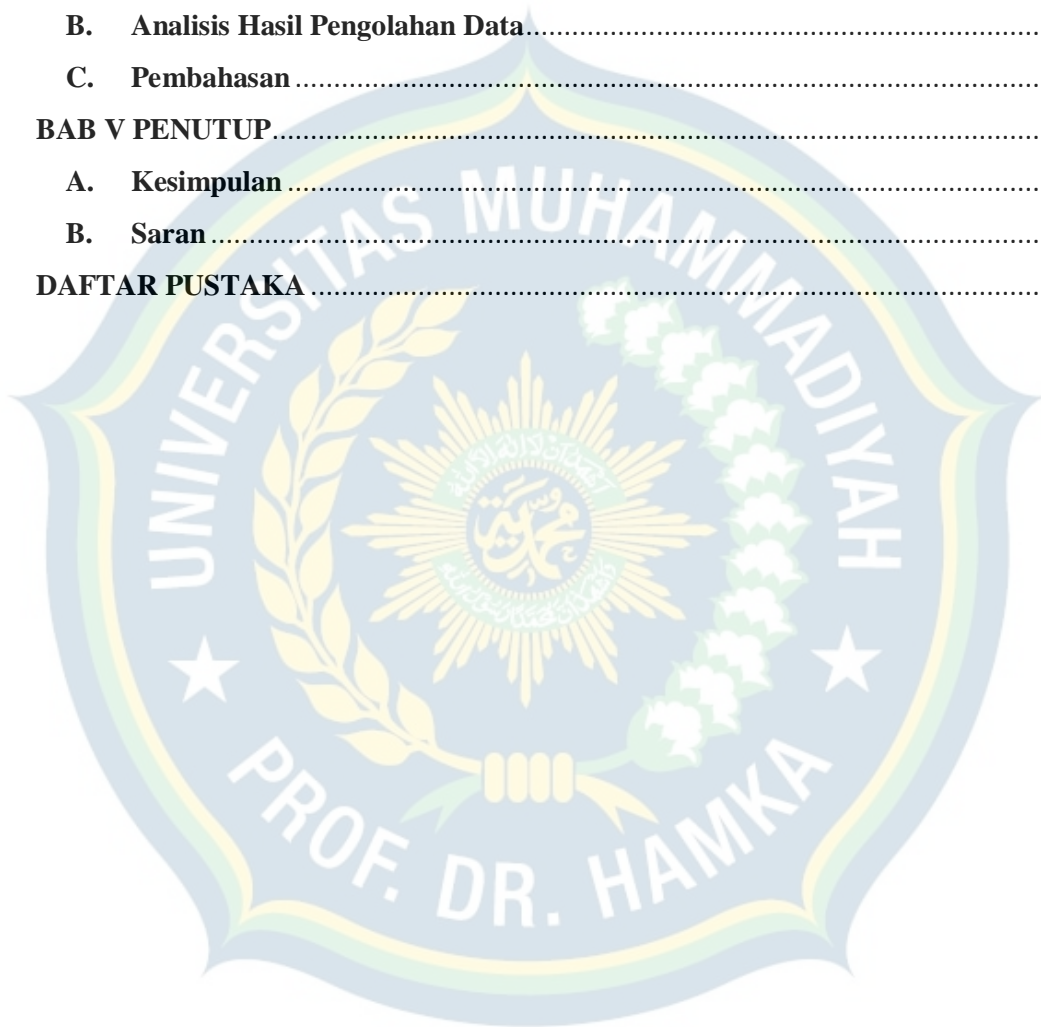
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *dummy* Pembukaan Rekening *Online* dan Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK), sedangkan pada variabel Biaya Promosi tidak terdapat pengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK). Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu Dana Pihak Ketiga (DPK). 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* yaitu agar masyarakat luas dapat dengan mudah menjangkau dan membuka rekening yang kemudian akan meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dapat dihimpun oleh bank telah dicapai oleh PT Bank Syariah Mandiri.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Terdahulu yang Relevan	12
G. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Dana Pihak Ketiga (Dana Dari Masyarakat).....	18
B. <i>Digital Banking</i>	26
C. Promosi	32
D. Biaya Promosi	35
E. Nilai Tukar Rupiah.....	35
F. Hubungan Antar Variabel.....	39
G. Kerangka Berpikir.....	43
H. Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
B. Jenis Penelitian	44
C. Jenis dan Sumber Data.....	45

D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Variabel Penelitian	46
F. Metode Pengolahan Data.....	47
G. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Objek Penelitian.....	54
B. Analisis Hasil Pengolahan Data.....	56
C. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biaya Promosi dan Jumlah Dana Pihak Ketiga.....	5
Tabel 1.2 Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar dan Jumlah DPK.....	6
Tabel 1.3 Kajian Terdahulu yang Relevan.....	12
Tabel 4.1 Dana Pihak Ketiga PT Bank Syariah Mandiri.....	57
Tabel 4.2 Biaya Promosi PT Bank Syariah Mandiri.....	58
Tabel 4.3 Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar.....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial.....	68

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia.....	1
Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....43



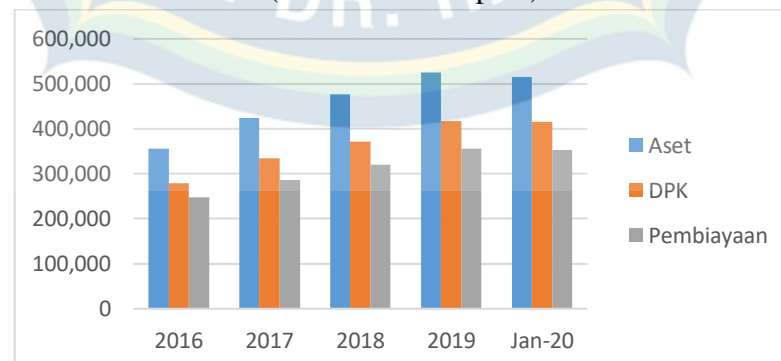
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 dananya. Dalam dua dekade terakhir Indonesia telah mengembangkan perbankan berbasis syariah, atau dikenal dengan Bank Syariah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa per Januari 2020 bank syariah di Indonesia dari sisi aset, pembiayaan, serta komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK) mengalami kinerja yang cukup positif meskipun terdapat fluktuasi dalam perkembangannya (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Grafik 1.1
Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia
(dalam miliar rupiah)



Sumber : Statistik Perbankan Syariah Januari 2020, OJK

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap total aset rata-rata mencapai lebih dari 50 % , hal ini menjelaskan bahwa jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) memiliki proporsi yang cukup besar terhadap aset pada perbankan syariah, dimana DPK ini menjadi sumber utama Bank Syariah untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu mengoptimalkan usahanya dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga.

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat mengerahkan bank syariah untuk lebih meningkatkan pelayanan dengan membentuk perbankan digital. Perbankan digital ini dirancang agar nasabah dapat melaksanakan transaksi secara mandiri, seperti pembukaan rekening, memperoleh informasi, transaksi, penutupan rekening, dan kebutuhan nasabah lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

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 menipiskan dananya kepada bank (Setiawan, 2017) sehingga kemampuan bank dalam menghimpun dana pihak ketiganya semakin baik. Akan tetapi pada penelitian lain mengatakan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah (Mulyani & Hufron, 2018).

Berdasarkan pengamatan dalam satu tahun terakhir, di Indonesia belum cukup banyak bank syariah yang siap dan serius dalam menggarap *Digital Banking*. Salah satu hambatan yang dihadapi oleh Bank Syariah di Indonesia untuk menggarap *Digital Banking* yaitu besarnya dana investasi yang diperlukan untuk pengembangan teknologi serta membangun infrastruktur yang mendukung layanan *Digital Banking*. Selain itu di sisi lain, belum terdapat fatwa serta regulasi yang dapat mengakomodasi seluruh produk layanan *Digital Banking*. Terdapat produk *Digital Banking* yang belum bisa dilaksanakan seperti bank konvensional karena adanya ketidaksesuaian dengan fatwa Dewan Syariah Nasional – MUI (Rustam, 2018).

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).

Salah satu inovasi layanan berbasis digital yang dikeluarkan Bank Syariah Mandiri yaitu 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 di Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan gadget ataupun laptop mereka.

Selain menyediakan layanan yang menarik dan dapat mempermudah nasabah, promosi juga dapat 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).

Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah terbesar dari sisi aset, pembiayaan, laba, serta ekuitas. Hal ini dijelaskan dalam *Annual Report* tahun

2018 yang dipublikasi oleh Bank Syariah Mandiri. Pencapaian ini tentu diperoleh dengan adanya penerapan strategi yang efektif oleh Bank Syariah Mandiri.

Tabel 1.1
Biaya Promosi dan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK)

Bank Syariah Mandiri

Dalam Jutaan Rupiah

	Biaya Promosi		Dana Pihak Ketiga (DPK)	
	2018	2019	2018	2019
Triwulan I (Maret)	15.508	27.992	82.584.120	87.154.766
Triwulan II (Juni)	29.667	43.080	82.416.504	87.354.852
Triwulan III (September)	51.435	68.811	82.275.458	90.494.317
Triwulan IV (Desember)	83.078	114.244	87.471.843	99.809.729

Sumber: Laporan Triwulan Bank Syariah Mandiri 2018 dan 2019 (data diolah)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa biaya promosi 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. Namun, terjadinya peningkatan atas biaya promosi yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri disini tidak diikuti dan/atau sejalan dengan perkembangan dari DPK yang dihipunnya.

Faktor lain yang mempengaruhi Bank Syariah dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga nya dapat berasal dari faktor eksternal yaitu kondisi dan keadaan ekonomi yang ditunjukkan oleh kondisi makroekonomi. Salah satu indikator dari

makroekonomi adalah nilai tukar rupiah terhadap valuta asing, atau biasa disebut kurs.

Kurs merupakan harga atau nilai suatu mata uang yang dinyatakan dengan mata uang lain. Besaran atau tingkat pertukaran mata uang dinilai sangat penting karena dapat mempengaruhi harga pada barang impor maupun barang ekspor. (Rivai, 2007, hal. 913). Nilai tukar uang juga merupakan salah satu acuan suatu negara dalam pertumbuhan ekonominya, 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 Dana Pihak Ketiga (DPK)
PT. Bank Syariah Mandiri

	Nilai Tukar Rupiah		Dana Pihak Ketiga (DPK) Dalam Jutaan Rupiah	
	2018	2019	2018	2019
Triwulan I (Maret)	13.825	14.315	82.584.120	87.154.766
Triwulan II (Juni)	14.476	14.212	82.416.504	87.354.852
Triwulan III (September)	15.004	14.245	82.275.458	90.494.317
Triwulan IV (Desember)	14.553	13.970,51	87.471.843	99.809.729

Sumber: www.bi.go.id dan Laporan Triwulan Bank Syariah Mandiri (data diolah)

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 Dana Pihak Ketiga 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 Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah

Mandiri, serta menganalisis bagaimana besaran nilai tukar rupiah terhadap US Dollar dapat mempengaruhi Dana Pihak Ketiga pada bank. Selanjutnya penulis membuat penelitian ini dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pembukaan Rekening *Online*, Biaya Promosi, dan Nilai Tukar terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penulis perlu mengidentifikasi masalah yang terdapat pada penelitian ini guna memperjelas arah penelitian, yaitu:

1. Dana Pihak Ketiga merupakan sumber dana utama bank untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya agar dapat memperoleh keuntungan, sehingga bank perlu mengoptimalkan usahanya dalam menghimpun dana pihak ketiganya.
2. Perkembangan teknologi yang cukup pesat membuat Bank Syariah perlu mengambil peran untuk mengikuti arus tersebut dengan memberi layanan berbasis digital kepada masyarakat guna mempermudah masyarakat menjangkau dan membuka rekening di Bank Syariah, salah satunya pembukaan rekening online.
3. Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa inovasi bank berbasis digital akan mempengaruhi loyalitas nasabah secara tidak langsung melalui kepuasan nasabah, dimana nasabah yang loyal terhadap bank akan terus mempercayakan bank untuk menitipkan dananya sehingga kemampuan

bank dalam menghimpun dana pihak ketiga semakin baik. Akan tetapi terdapat penelitian yang mengatakan hal sebaliknya.

4. PT Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank Syariah yang telah menawarkan inovasi layanan perbankan berbasis digital yaitu pembukaan rekening online kepada masyarakat, layanan pembukaan rekening *online* ini menjadi salah satu upaya Bank Syariah Mandiri untuk mampu menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) lebih besar.
5. Biaya Promosi yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri terus bertambah di setiap Triwulannya akan tetapi pertumbuhan tersebut tidak diikuti dengan perkembangan DPK yang dihimpunnya.
6. Nilai Tukar Rupiah terhadap US Dollar yang terjadi di Indonesia bersifat cukup fluktuatif pada setiap Triwulannya baik pada tahun 2018 maupun 2019, akan tetapi perubahan dari harga nilai tukar tersebut tidak berjalan seiringan dengan pergerakan DPK yang dihimpun oleh bank.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari sasaran penelitian, maka penulis membatasi permasalahan diantaranya sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi digital yang dilakukan Bank Syariah Mandiri dengan memberikan layanan berupa pembukaan rekening *online*.
2. Terjadinya pertumbuhan pada Biaya Promosi yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri tidak diikuti dengan perkembangan Dana Pihak Ketiga nya.

3. Perubahan pada harga Nilai Tukar Rupiah di Indonesia tidak seiring dengan pergerakan Dana Pihak Ketiga yang dihimpun Bank Syariah Mandiri.

D. Perumusan Masalah

Sesuai pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah layanan Pembukaan Rekening *Online* berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri?
2. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri?
3. Apakah Nilai Tukar Rupiah berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh layanan pembukaan rekening online terhadap Komposisi Dana Pihak Ketiga yang dihasilkan oleh Bank Syariah Mandiri secara parsial.
- b. Untuk menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap Komposisi Dana Pihak Ketiga yang dihasilkan oleh Bank Syariah Mandiri secara parsial.
- c. Untuk menganalisis pengaruh perubahan nilai tukar rupiah terhadap US dollar terhadap Komposisi Dana Pihak Ketiga yang dihasilkan oleh Bank Syariah Mandiri secara parsial.

- d. Untuk menganalisis bagaimana pembukaan rekening *online*, biaya promosi serta nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK) yang didapatkan oleh Bank Syariah Mandiri secara simultan.

2. Manfaat Penelitian:

- a. Untuk perbankan syariah, menjadi tolak ukur dalam melihat bagaimana pentingnya layanan pembukaan rekening *online*, dengan turut menyediakan dan memberikan layanan pembukaan rekening online maka bank memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk membuka rekening di bank syariah yang kemudian akan berdampak kepada kemampuan bank dalam menghimpun DPK. Selain itu bank juga perlu memperhatikan biaya promosi yang dikeluarkan agar sesuai dan tepat sasaran sehingga dapat meningkatkan DPK, serta melihat bagaimana perubahan pada Nilai Tukar Rupiah dalam mempengaruhi DPK pada bank.
- b. Untuk masyarakat umum, untuk memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat luas mengenai layanan pembukaan rekening online yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan bank syariah, biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank syariah perlu tepat sasaran dalam menarik minat masyarakat dalam menabung di bank, serta perubahan nilai tukar rupiah yang dirasakan juga oleh masyarakat dapat mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk menabung dan melakukan investasi.

- c. Untuk kalangan akademis dan mahasiswa jurusan perbankan syariah, untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang layanan pembukaan rekening online, biaya promosi dan nilai tukar rupiah terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah.

F. Kajian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.3 Kajian Terdahulu yang Relevan

No	Nama/Judul Skripsi/Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penulis	Persamaan dengan penulis
1.	<p>Nama Peneliti : Ouma Stephen Otieno dan Dr. Fredrick A.S. Ndede</p> <p>Sumber : International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>Judul : Adoption of Digital Banking Technology and Financial Performance of Commercial Banks in Kenya</p>	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain survei deskriptif, dengan menggunakan populasi sebanyak 42 bank komersil yang berada di Kenya.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya akses teknologi perbankan berbasis digital dapat mempengaruhi performa keuangan pada bank komersil, serta dapat meningkatkan jumlah setoran deposit nasabah menjadi lebih besar, akan tetapi pada satu sisi tingkat penarikan dan pinjaman juga ikut meningkat. Perbankan digital ini juga	Layanan digital dalam penelitian ini dibahas secara luas, sedangkan layanan digital yang akan penulis gunakan hanya pembukaan rekening online. Selain itu objek pada penelitian ini berbeda dengan yang akan digunakan oleh penulis.	Membahas mengenai inovasi produk atau layanan yang dilakukan oleh bank dengan berbasis digital.

			meningkatkan posisi performa serta platform perbankan digital dianggap lebih efisien.		
2.	<p>Nama Peneliti : Lilis Susilawaty dan Nicola</p> <p>Sumber : Jurnal Manajemen Maranatha</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>Judul : Pengaruh Layanan Perbankan Digital pada Kepuasan Nasabah Perbankan</p>	<p>Teknik analisis verifikatif kuantitatif, menggunakan data primer dengan membagikan kuisioner kepada responden.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kenyamanan, <i>digital banking service quality</i>, merek/kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan <i>employee customer engagement</i>, kualitas fungsional, serta inovasi perbankan digital memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan. Secara simultan, variabel pada penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan.</p>	<p>Layanan digital yang akan digunakan penulis akan difokuskan pada pembukaan rekening online. Selain itu, variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah, sedangkan penulis akan menggunakan Dana Pihak Ketiga sebagai variabel terikatnya.</p>	<p>Melakukan penelitian mengenai layanan perbankan berbasis digital.</p>

3.	<p>Nama Peneliti : Wardati Mumtazah dan Dina Fitriasia Septiarini</p> <p>Sumber : Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan</p> <p>Tahun : 2016</p> <p>Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah di Indonesia (Periode Triwulan I 2010 – Triwulan I 2015)</p>	<p>Metode penelitian pendekatan kuantitatif, dengan alat analisis yaitu regresi berganda data panel.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel bagi hasil dan bonus, biaya promosi, serta inflasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah DPK secara simultan. Sedangkan secara parsial, bagi hasil dan bonus memiliki pengaruh positif dan signifikan, biaya promosi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan, serta inflasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap DPK.</p>	<p>Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini terdapat hasil dan bonus, serta inflasi, sedangkan penulis tidak menggunakan kedua variabel tersebut. Selain itu, objek yang diteliti pada kedua penelitian ini juga berbeda, penulis hanya menggunakan PT Bank Syariah Mandiri sebagai objek penelitian.</p>	<p>Menggunakan biaya promosi pada salah satu variabel bebasnya, serta menggunakan Dana Pihak Ketiga sebagai variabel terikatnya.</p>
4.	<p>Nama Peneliti : Dimas Yan Saputra dan Gunistiyo</p> <p>Sumber : Jurnal PERMANA</p> <p>Tahun : 2016</p> <p>Judul : Pengaruh Kurs dan Tingkat suku Bunga Terhadap Dana</p>	<p>Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif, dan dilakukan dengan analisis regresi linier</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial variabel kurs dan suku bunga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Devisa di</p>	<p>Penulis menggunakan variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini yaitu pembukaan rekening online dan biaya promosi sebagai</p>	<p>Penulis menggunakan salah satu variabel bebas yang sama pada penelitian ini yaitu kurs atau dapat juga disebut nilai tukar rupiah, serta menggunakan Dana Pihak</p>

	Pihak Ketiga pada Bank Devisa di Indonesia Tahun 2010 – 2014.	berganda.	Indonesia. Selain itu, secara simultan variabel kurs dan suku bunga sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Devisa di Indonesia.	variabel bebas, serta kedua penelitian ini menggunakan objek yang berbeda.	Ketiga sebagai variabel terikat.
5.	<p>Nama Peneliti : Muhammad Dzulfaqori Jatnika</p> <p>Sumber : Jurnal – Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>Judul : Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa data panel, serta menggunakan teknik analisis berupa analisis linier berganda dengan <i>Ordinary Least Square</i> (OLS).</p>	<p>Dalam penelitian ini memberikan hasil yang menyatakan bahwa semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan, pada variabel nilai tukar dan inflasi memiliki pengaruh positif sedangkan pada variabel GDP per kapita dan suku bunga memiliki pengaruh negatif terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Umum Syariah (BUS).</p>	<p>Faktor makroekonomi pada penelitian ini dibahas secara luas, sedangkan penulis hanya akan menggunakan satu faktor makroekonomi yaitu nilai tukar rupiah. Selain itu objek yang diteliti pada kedua penelitian ini juga berbeda, penulis hanya menggunakan PT Bank Syariah Mandiri sebagai objek penelitian.</p>	<p>Salah satu variabel bebas pada penelitian ini yang juga akan digunakan penulis yaitu nilai tukar rupiah, serta variabel terikat yang akan digunakan penulis sama dengan penelitian ini yaitu Dana Pihak Ketiga (DPK).</p>

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, penulis menyusunnya ke dalam 5 (lima) bab dimana setiap babnya secara keseluruhan saling berkaitan satu dengan lainnya. Adapun gambaran sekilas mengenai bab-bab tersebut adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori berdasarkan kepada teori-teori yang relevan dengan pembahasan mengenai Dana Pihak Ketiga (DPK), layanan pembukaan rekening online, promosi, biaya promosi serta nilai tukar rupiah, dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

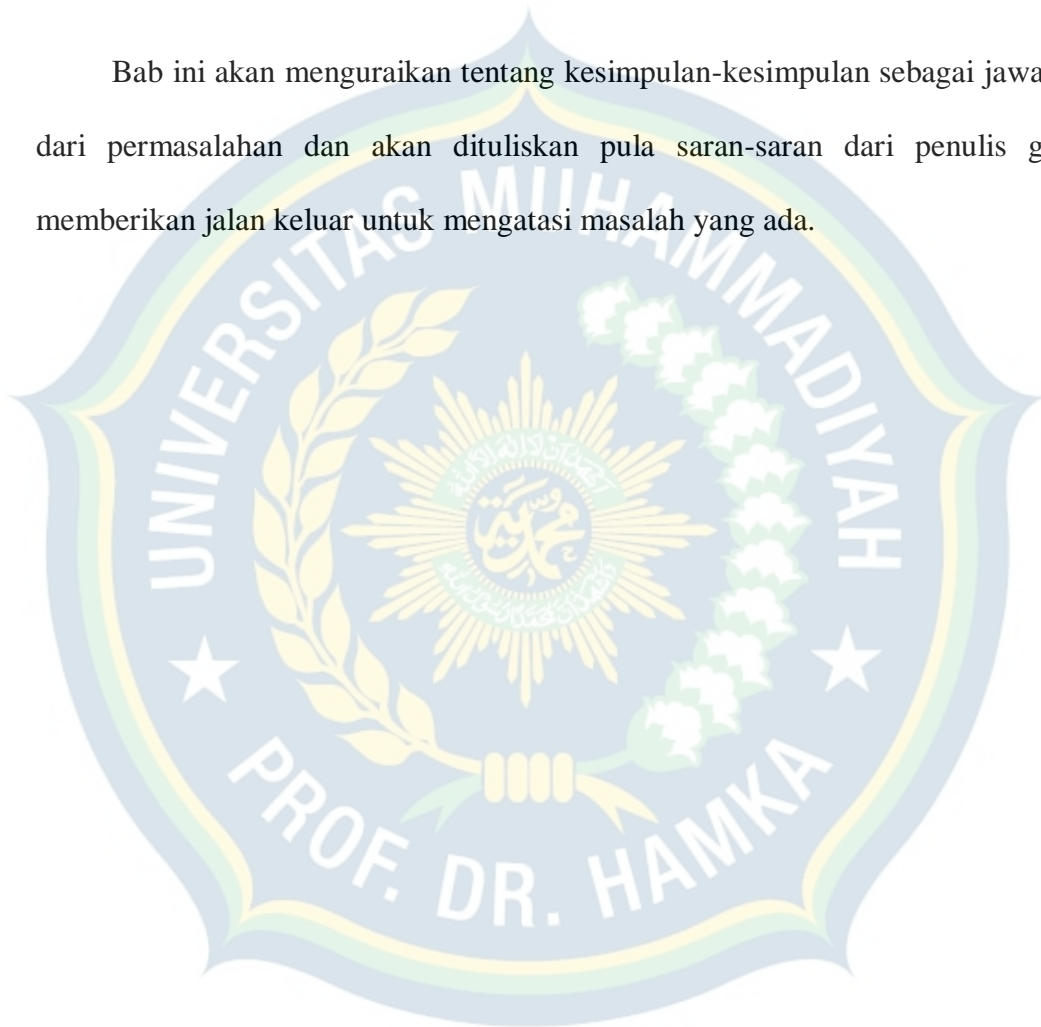
Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang dipilih oleh penulis untuk menyelesaikan hasil dari suatu penelitian. Bab ini menjelaskan cara penulis dalam melakukan pengumpulan data, pengolahan data, sampel penelitian, variabel-variabel penelitian, sumber dan jenis data yang akan digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian atau jawaban dari identifikasi masalah yang telah diteliti dengan menggunakan metode penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan-kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan dan akan dituliskan pula saran-saran dari penulis guna memberikan jalan keluar untuk mengatasi masalah yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

- Aghnawati, A. N., & Cahyadin, M. (2019). Faktor-Faktor Penentu Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4 (No.2), 138.
- Al Arif, M. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Andianto, Fatihuddin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank*. CV Penerbit Qiara Media.
- Apriyanto. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit WR.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2018). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Boediono. (1990). *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: BPFE.
- Djajal, N., & Usman, H. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penelitian Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fachrunnisa. (2017). Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga. *Akuntabilitas Vol. 10 (No.2)*, 366.
- Firdaus, R., & Maya, A. (2011). *Manajemen Perkreditan Bank Umum: Teori, Masalah, Kebijakan, dan Aplikasi Lengkap dengan Analisis Kredit*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5*. Yogyakarta: Lembaga Penerbit UNDIP.
- 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.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ikit. (2018). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gava Media.
- 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.
- Kasmir. (2017). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya : Edisi Revisi 2014*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khadafi, M. (2019, Juli 8). *Kembangkan Digital Banking, Belanja IT Mandiri Syariah Naik 42%*. Diambil kembali dari 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. *International Academic 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.
- Muttaqiena, A. (2013). Analisis Pengaruh PDB, Inflasi, Tingkat Bunga, Dan Nilai Tukar Terhadap Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah di Indonesia 2008-2012. *Economics Development Analysis Journal*, 5.
- Nopirin. (1997). *Ekonomi Moneter I*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- 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. (2016, Desember 19). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. Diambil kembali dari Kanal Perbankan Otoritas Jasa Keuangan: [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/Panduan_Penyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%20\(FIX\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/Panduan_Penyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%20(FIX).pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020, January). *Statistik Perbankan Syariah*. Diambil kembali dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020.aspx>
- Pawadi, A. B. (2018). Digitalization in Banking Sector. *International Journal of Trend Scientific and Development*, 46.

- Priyanto, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- PT Bank Syariah Mandiri. (2017). *Sejarah*. Diambil kembali dari Mandiri Syariah, Tentang Kami: <https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/sejarah>
- PT Bank Syariah Mandiri. (2017). *Visi Misi*. Diambil kembali dari Mandiri Syariah, Tentang Kami: <https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/visi-misi>
- Quesada, V. (2017). *When Tech Meets Finance: A Roadmap for Digital Banking Transformation*. Massachusetts: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Rachman, M. (2016). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University.
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, I. (2012). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Penada.
- Rivai, V. (2006). *Credit Manajemen Handbook: Teori, Konsep, Prosedur dan Aplikasi Panduan Praktis, Mahasiswa, Bankir, dan Nasabah*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Rivai, V. (2007). *Bank and Fianancial Institution Management (Conventional) and Sharia System*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rivai, V. (2013). *Commercial Bank Management : Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- 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*. Diambil kembali dari Koran Jakarta: <http://www.koran-jakarta.com/perbankan-syariah-era-digital/>
- Salvatore, D. (1997). *Ekonomi Internasional. (Edisi 5). (Terjemahan Haris Munandar)*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elix Komputindo.
- 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. *Economies, Vol. 7No.2*, 10.
- Sudaryo, Y., & Yudanegara, A. (2017). *Investasi dan Lembaga Keuangan*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Medpress.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Susilawaty, L., & Nicola. (2019). Pengaruh Layanan Pebankan Digital pada Kepuasan Nasabah Perbankan. *Journal Economies Vo. 7*, 188.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Umar, H. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keprilakuan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

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*.

Yuliandi, I. (2008). *Ekonomi Moneter*. Jakarta: PT Indeks.

