

**Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito
Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga
(Studi Kasus pada PT BNI Syariah)**



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)

Oleh:

Aji Azzindani

NIM: 1007025013

NIMKO: 3914020110013

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2014 M/1436 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) (Studi Kasus Pada PT BNI Syariah)**” merupakan hasil karya asli saya yang diajukan 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 di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Jakarta Selatan.

Jakarta, 07 November 2021

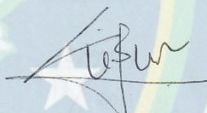


(Aji Azzindani)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus Pada PT BNI Syariah)”, ditulis oleh Aji Azzindani, NIM: 1007025013, NIMKO: 3914020110013, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (s1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing,



Dr. Gusniarti, M.A.

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus Pada PT BNI Syariah) Disusun oleh Aji Azzindani, NIM : 1007025013, NIMKO : 3914020110013 telah diujikan pada hari Sabtu, tanggal 08 Nopember 2014, 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,



01/11/2021
(Fitri Liza S. Ag., M.A.)

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza S. Ag., M.A
Ketua



01/11/2021

Ai Fatimah Nur Fuad, Lc, MA., Ph.D
Sekretaris



18/9/21

DR. Gusniarti, M.A
Anggota Pembimbing



13/11/2021

Nur Melinda Lestari, SE.i.,MH
Dosen Penguji I



7/11/20

Rahmat Dahlan S.E.I., M.Si
Dosen Penguji II



24/11/2021

ABSTRAK

Aji Azzindani, *Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (Studi Kasus Pada PT BNI Syariah)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

BNI Syariah sebagai salah satu bank syariah di Indonesia diharapkan mampu menjalankan fungsinya untuk mengelola dana masyarakat dalam bentuk dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga yang telah berhasil dihimpun bank diharapkan mampu dikelola dengan baik agar mendapatkan laba yang besar dan bisa tumbuh sehingga tidak hanya menguntungkan bagi pihak bank tetapi juga bagi nasabah yang dirasakan dari besaran bagi hasil khususnya deposito *mudharabah* yang diperoleh. Dalam meningkatkan dana pihak ketiga bank juga harus gencar melakukan promosi agar masyarakat dapat mengetahui produk bank tersebut. Alasan dipilihnya Dana Pihak Ketiga sebagai variabel dependen adalah karena penulis ingin mengetahui lebih dalam faktor apa saja yang menjadikan dana pihak ketiga tumbuh setiap tahunnya. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian explanasi dimana peneliti menjelaskan pengaruh variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam mengukur pengaruh antar variabel peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan mengukur pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* sebagai variabel bebas (*independent variable*) terhadap Dana Pihak Ketiga sebagai variabel terikat (*dependent variable*) pada BNI Syariah. Berdasarkan uji hipotesis Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* berpengaruh secara simultan terhadap Dana Pihak Ketiga dan secara parsial variabel Biaya Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga, sedangkan Bagi Hasil Deposito *Mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga.

Keyword : Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil Deposito *Mudharabah*, Dana Pihak Ketiga.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbingan	iii
Pengesahan Panitia Ujian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Grafik	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
G. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori yang Berkaitan dengan Pembahasan	12
1. Promosi sebagai Langkah Strategi Pemasaran	12
2. Strategi dan Biaya Promosi	13
3. Dana Pihak Ketiga	19
4. Sistem Bagi Hasil Pendanaan.....	25
5. Deposito Mudharabah Mutlaqah	27
6. Bagi Hasil Deposito Mudharabah	30
B. Kerangka Berpikir	32
1. Bagan Kerangka	33

C. Hipotesis	33
--------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	35
1. Objek Penelitian	35
2. Jenis Penelitian	35
B. Metode Pengumpulan Data	36
C. Metode Pengolahan Data	37
1. Definisi Operasional Variabel	37
2. Analisis Regresi Linier Berganda	37
D. Metode Analisis Data	39
1. Uji Asumsi Klasik	39
2. Uji Hipotesis	43
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	47
B. Tata Nilai, Visi dan Misi	48
C. Deskripsi Data	49
1. Data Dana Pihak Ketiga.....	50
2. Data Biaya Promosi	52
3. Data Bagi Hasil Deposito Mudharabah	53
D. Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Multikolinieritas	57
3. Uji Heteroskedastisitas	59
4. Uji Autokorelasi	60
E. Pengujian secara Statistik atau Hipotesis	61
1. Analisis Regresi Linier Berganda	61
2. Uji F	63
3. Uji t	64
4. Uji Koefisien Determinasi	66

F. Analisis penelitian.....	67
-----------------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran-saran	74
Daftar Pustaka	75
Lampiran-lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Perkembangan Bagi Hasil Tabungan Mudharabah, Deposito Mudharabah, Bonus Tabungan Wadiah	3
Tabel 1.2:	Biaya Promosi	4
Tabel 1.3:	Dana Pihak Ketiga	8
Tabel 1.4:	Kajian Terdahulu yang Relevan	9
Tabel 4.1:	Deskripsi Data	50
Tabel 4.2:	Perkembangan DPK BNI Syariah	51
Tabel 4.3:	Perkembangan Biaya Promosi BNI Syariah	52
Tabel 4.4:	Perkembangan Bagi Hasil Deposito Mudharabah BNI Syariah	53
Tabel 4.5:	Uji Normalitas	54
Tabel 4.6:	Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.7:	Uji Hteroskedastisitas	58
Tabel 4.8:	Uji Autokorelasi	60
Tabel 4.9:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.10:	Hasil Uji F	62
Tabel 4.11:	Hasil Uji T	63
Tabel 4.12:	Hasil Analisis Determinasi	65
Tabel 4.13:	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1:	Hasil Uji Normalitas	55
Grafik 4.2:	Hasil Uji Normalitas	56
Grafik 4.3:	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Skema <i>al-mudharabah mutlaqah</i>	29
Gambar 2.2: Kerangka Berpikir..... 33



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan ini terutama pada sektor perbankan. Gagasan adanya lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan pada prinsip syariah Islam berkaitan erat dengan gagasan terbentuknya ekonomi islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits. Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam.¹ Pada dasarnya, Bank Islam dalam pelaksanaannya didasarkan pada prinsip Islam untuk semua transaksi keuangannya, yaitu adanya pembagian risiko dan larangan produk dan jasa yang berlandaskan riba, menegaskan keadilan dan keseimbangan dalam ekonomi.²

Bank islam mempunyai dua peran utama, yaitu sebagai badan usaha (*tanwil*) dan badan sosial (*maal*). Sebagai badan usaha, bank islam mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai manajer investasi, investor, dan jasa pelayanan. Sebagai manajer investasi, bank islam melakukan penghimpunan dana dari para investor/nasabahnya dengan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), *mudharabah* (bagi hasil), atau *ijarah* (sewa).³ Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.⁴

¹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.15.

² Veitzhal Rivai, dkk, *Banking and Finance dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangan Syariah sebaga Solusi dan Bukan Alternatif*, (Yogyakarta: BPFE, 2012) h. 94.

³ Veitzhal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), h. 184.

⁴ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h.107.

Manajemen dana atau biasa dikenal dengan istilah *Assets and Liability Management* atau Manajemen Aktiva dan Pasiva adalah suatu proses pengelolaan suatu dana bank. Artinya adalah bagaimana bank menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan pemupukan sumber dana bank, baik pemupukan dari masyarakat atau dari modal sendiri, di samping kebijakan yang berkaitan dengan paengalokasian atau penempatan dana sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tingkat pendapatan yang optimal serta sesuai dengan peraturan yang ditetapkan Bank Sentral.⁵

Sumber dana bank yang terbesar bersumber dari dana masyarakat, di samping sumber dana lainnya yang berasal dari pinjaman dan modal sendiri. Sumber dana pihak ketiga seperti giro, tabungan, dan deposito lazim juga disebut sebagai sumber dana tradisional.⁶ Dana pihak ketiga adalah dana yang diperoleh dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan, dan lain-lain baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Pada sebagian besar atau setiap bank, dana masyarakat ini umumnya merupakan dana terbesar yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan fungsi bank sebagai penghimpun dana dari masyarakat.⁷

Perilaku masyarakat dalam memilih tabungan di antaranya adalah karena bunga yang cukup besar. Namun, pada bank syariah sistem bunga tidak lagi digunakan. Oleh karena keharaman dari bunga (*riba*), bank syariah memberikan imbal bagi hasil atau bonus dari titipan masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito.

Bank Islam menerapkan sistem bagi hasil (*mudharabah*) kepada nasabah yang menabungkan uangnya di bank. Artinya, nasabah tidak akan pernah dapat menghitung dengan pasti berapa jumlah uangnya yang akan bertambah setiap bulannya bila mereka telah menabung dalam jumlah

⁵ Veitzhal Rivai, dkk, *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 165.

⁶ Veitzhal Rivai, dkk, *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktek*, h. 171.

⁷ Veitzhal Rivai, dkk, *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktek*, h. 172.

tertentu. Namun, nasabah dapat mengetahui porsi atau bagian yang menjadi haknya dan berapa porsi atau bagian yang menjadi hak pihak bank Islam.⁸

Dengan adanya amanah dari *shahibul maal* untuk mengelola dana amanah dari masyarakat melalui skim *wadiah* maupun mengelola dana investasi dengan menggunakan skim *mudharabah* tentu pihak bank harus mampu memberikan kompensasi/return yang memadai kepada *shahibul maal*. Di sisi lain hal ini merupakan beban bagi pendapatan bank. Untuk itu, segala beban yang timbul berkaitan dengan pihak ketiga dalam mengelola dana tersebut harus diperhitungkan secara matang agar segala beban tersebut tidak memberatkan bagi pihak bank. Namun, sebaliknya justru mampu menunjang kinerja bank.⁹

Menurut Kasmir, tujuan nasabah menyimpan uangnya di bank dalam bentuk rekening deposito adalah untuk memperoleh bunga yang lebih besar. Hal ini disebabkan bunga deposito yang diberikan kepada deposan paling tinggi dari simpanan lainnya. Dengan demikian bagi bank simpanan deposito merupakan dana mahal karena bunganya paling tinggi dan simpanan giro merupakan dana murah, hal ini disebabkan bunga yang dikeluarkan oleh bank merupakan bunga yang paling rendah.¹⁰

Akan tetapi, dalam sistem perbankan syariah bunga tidak lagi berlaku dan digantikan dengan bagi hasil yang dibagikan kembali kepada nasabah deposito pada saat jatuh tempo. Jumlah bagi hasil yang diberikan kepada nasabahnya tidak dapat dipastikan di awal karena tergantung dari bagaimana bank mampu mengelola dana pihak ketiga yang diperoleh bank tersebut.

Berikut tabel perkembangan bonus/nisbah bagi hasil pada pendanaan BNI Syariah:

⁸ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, h. 219.

⁹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, h. 802.

¹⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h.48-49.

Tabel 1.1
Bagi Hasil Tabungan Mudharabah, Deposito Mudharabah dan Bonus
Tabungan Wadi'ah BNI Syariah
(dalam jutaan rupiah)¹¹

Tahun	Bagi Hasil Deposito Mudharabah
2010	108.370
2011	56.739
2012	235.397
2013	310.181

Dari tabel tersebut diatas, dapat diketahui bahwa bagi hasil deposito *mudharabah* mengalami penurunan pada tahun 2011 sebesar 0,52% dan pada tahun berikutnya mengalami peningkatan. Perhitungan bagi hasil tersebut di atas dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah saldo dana pihak ketiga. Hal ini dapat kita lihat di dalam laporan keuangan bank bahwa saldo dana pihak ketiga memengaruhi unsur perhitungan bagi hasil. Saldo dana pihak ketiga sendiri berkaitan erat dengan pemasaran yang dilakukan oleh bank. Salah satu bentuk pemasaran yakni promosi.

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian pemasaran suatu produk atau barang. Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.¹² Kegiatan promosi inilah sebagai salah satu upaya BNI Syariah untuk mempromosikan barang atau menjual

¹¹ BNI Syariah, “Laporan Keuangan BNI Syariah”, diakses dari, (<http://www.bnisyariah.co.id/laporan-keuangan>), Pada Jumat, 26 September 2014)

¹² Budi Wahyono, Pemasaran, diakses dari (<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html>), pada Rabu, 2 Juli 2014, pukul 14.48.

produknya, yang dalam konteks bank adalah memperoleh dana pihak ketiga sebesar-besarnya. Dengan perolehan dana pihak ketiga yang semakin besar bank dapat dikatakan telah memperoleh kepercayaan masyarakat dalam melakukan transaksi tunai maupun non tunai ke dalam institusi perbankan.

Berikut adalah tabel perkembangan biaya promosi BNI Syariah:

Tabel 1.2
Biaya Promosi BNI Syariah
(dalam jutaan rupiah)¹³

Tahun	Biaya Promosi BNI Syariah
2010	17.767
2011	30.706
2012	50.420
2013	46.928

Dari tabel tersebut diatas, dapat diketahui bahwa biaya promosi BNI syariah dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 mengalami peningkatan, tetapi dari tahun 2012 ke 2013 biaya promosi BNI Syariah mengalami penurunan sebesar 0,93%.

Penyediaan biaya promosi dapat dihubungkan dengan dengan pendapatan penjualan. Ada anggapan bahwa biaya promosi harus mempunyai hubungan yang erat dengan pergerakan penjualan perusahaan selama siklus bisnis itu berjalan.¹⁴ Dapat kita pahami bahwa artinya dengan semakin besarnya biaya promosi seharusnya penjualan atau dalam konteks bank dana pihak ketiga juga semakin besar.

Namun, tidak sejalan dengan itu pada tahun 2013 biaya promosi BNI Syariah mengalami penurunan, tetapi dana pihak ketiga terus

¹³ BNI Syariah, "Laporan Keuangan BNI Syariah", diakses dari (<http://www.bnisyariah.co.id/laporan-keuangan>), Pada Jumat 26 September 2014.

¹⁴ Philip Kotler dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jilid 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 795.

mengalami peningkatan. Hal ini cukup baik, karena artinya pemasaran yang dilakukan bank tersebut cukup efektif dan efisien, yakni dengan biaya yang seminimal mungkin tetap dapat meningkatkan jumlah DPK.

Berikut adalah tabel perkembangan Dana Pihak Ketiga BNI Syariah:

Tabel 1.3
Dana Pihak Ketiga BNI Syariah
(dalam jutaan rupiah)¹⁵

Keterangan	2010	2011	2012	2013
Deposito Mudharabah	2.643.411	3.245.319	3.702.313	4.916.755
Tabungan Mudharabah	1.874.693	2.398.202	3.389.019	4.280.855
Tabungan Wadi'ah	105.934	218.175	420.247	790.905
Giro Wadi'ah	538.690	894.565	1.468.456	1.488.185
Dana Pihak Ketiga	5.162.728	6.756.261	8.980.035	11.476.700

Dari tabel tersebut diatas, dapat diketahui bahwa dana pihak ketiga BNI Syariah terdiri dari deposito *mudharabah*, tabungan *mudharabah*, tabungan *wadi'ah*, dan giro *wadi'ah*. Dana pihak ketiga tersebut mengalami kenaikan setiap tahunnya dari tahun 2010 sampai dengan 2013. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan dana pihak ketiga pada BNI Syariah sudah menunjukkan trend positif.

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat diketahui bahwa jumlah dana pihak ketiga BNI Syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya, tetapi biaya promosi BNI Syariah mengalami penurunan pada tahun 2013. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa biaya promosi berkaitan erat dengan pergerakan penjualan atau dalam konteks bank yakni dana pihak ketiga, yang artinya bahwa biaya promosi memberikan dampak positif terhadap jumlah DPK. Permasalahan selanjutnya adalah bagi hasil deposito *mudharabah* BNI Syariah mengalami penurunan pada tahun 2011 sedangkan DPK BNI Syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal

¹⁵ BNI Syariah, "Laporan Keuangan BNI Syariah", diakses dari (<http://www.bnisyariah.co.id/laporan-keuangan>), diakses pada Jumat 26 September 2014.

ini juga tidak sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa tujuan nasabah menyimpan uangnya di bank dalam bentuk deposito adalah untuk mendapatkan bunga yang besar, tetapi dalam bank syariah bunga di sini adalah bagi hasil. Deposito merupakan investasi yang paling besar dari pada simpanan lainnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pertumbuhan jumlah dana pihak ketiga, yang penulis beri judul ***“Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga”***

B. Identifikasi Masalah

Pada skripsi kali ini penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah berdasarkan latar belakang diatas. Adapun identifikasi masalah yang ditemukan:

1. Pengaruh jaringan kantor dan fasilitas anjungan tunai mandiri terhadap dana pihak ketiga.
2. Analisis media promosi dalam upaya peningkatan jumlah dana pihak ketiga.
3. Pengaruh dana pihak ketiga terhadap jumlah pembiayaan.
4. Pengaruh dana pihak ketiga terhadap laba bank.
5. Pengaruh bagi hasil tabungan, bagi hasil deposito, dan bonus titipan *wadi'ah* terhadap dana pihak ketiga.

C. Pembatasan Masalah

Pada tema yang telah penulis bahas sebelumnya diatas, ditemukan beberapa identifikasi masalah yang telah disebutkan. Karena keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, maka penelitian ini dibatasi hanya pada pembahasan ***Pengaruh Biaya Promosi dan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga.***

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga?
2. Bagaimana pengaruh bagi hasil deposito *mudharabah* terhadap dana pihak ketiga?
3. Variabel mana yang memiliki pengaruh lebih besar dan apa penyebabnya ?

E. Tujuan dan Manfaat

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap pertumbuhan jumlah Dana Pihak Ketiga.
2. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil deposito *mudharabah* terhadap pertumbuhan jumlah Dana Pihak Ketiga.
3. Untuk menganalisis variabel apa yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan jumlah Dana Pihak Ketiga dan apa penyebabnya.

F. Kajian Terdahulu yang Relevan

1. Fierman, 2009, *Analisis Biaya Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT Bank BNI Syariah*, permasalahan yang diangkat pada penelitian tersebut adalah mengenai promosi yang diterapkan BNI Syariah dan menghitung berapa besar pengaruh dari promosi terhadap dana pihak ketiga. Hasilnya adalah biaya promosi berpengaruh positif dengan besar pengaruh 78,3% dilihat dari nilai R square.
2. Naela, 2008, *Korelasi antara Biaya Promosi dengan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga*. Skripsi ini membahas permasalahan mengenai hubungan antara biaya promosi dan jumlah nasabah dan jumlah DPK memiliki korelasi positif. Biaya promosi naik, maka jumlah nasabah dan DPK naik.

Dari hasil pengujian hipotesis dan statistik uji yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara biaya promosi dan DPK.

3. Fadli Pasaleori, 2012, *Pengaruh Promosi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI) PT Bank Negara Indonesia (Persero)Tbk. Cabang XX Wilayah 07*. Skripsi ini mengangkat masalah mengenai mengukur besaran pengaruh promosi dan tingkat suku bunga terhadap perolehan dana pihak ketiga (deposito). Hasil dari penelitian ini bahwa promosi berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga deposito dan tingkat suku bunga juga berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga deposito.

Tabel 1.4
Kajian Terdahulu yang Relevan

Penulis	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
Fierman, (Muamalat Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah)	2009	Analisis Biaya Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT Bank BNI Syariah	Membahas pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga	Tidak membahas pengaruh faktor lain terhadap dana pihak ketiga
Naela, (Muamalat, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof.DR HAMKA)	2008	Korelasi antara Biaya Promosi dengan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga	Membahas pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga	Tidak membahas faktor lain terhadap dana pihak ketiga
Fadli Pasaleori, (Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar)	2012	Pengaruh Promosi dan Tingkat Suku Bunga terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito) PT. Bank Negara	Membahas pengaruh promosi terhadap dana pihak ketiga	Membahas tingkat suku bunga terhadap dana pihak ketiga (deposito)

		Indonesia (Persero) Tbk. Cabang XX Wilayah 07		
--	--	--	--	--

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dirancang secara sederhana dengan mengacu pada buku pedoman penulisan skripsi di Universitas Prof.Dr.Hamka Fakultas Agama Islam Jakarta. Dan secara sistematis penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang tinjauan pustaka yaitu tentang Promosi sebagai Langkah Strategi Pemasaran Bank, pengertian dan tujuan pemasaran, konsep pemasaran, strategi dan biaya promosi, Dana Pihak Ketiga, Giro, Tabungan, Deposito, karakteristik dana pihak ketiga, sistem bagi hasil pendanaan, deposito *mudharabah mutlaqah*, bagi hasil deposito *mudharabah*, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

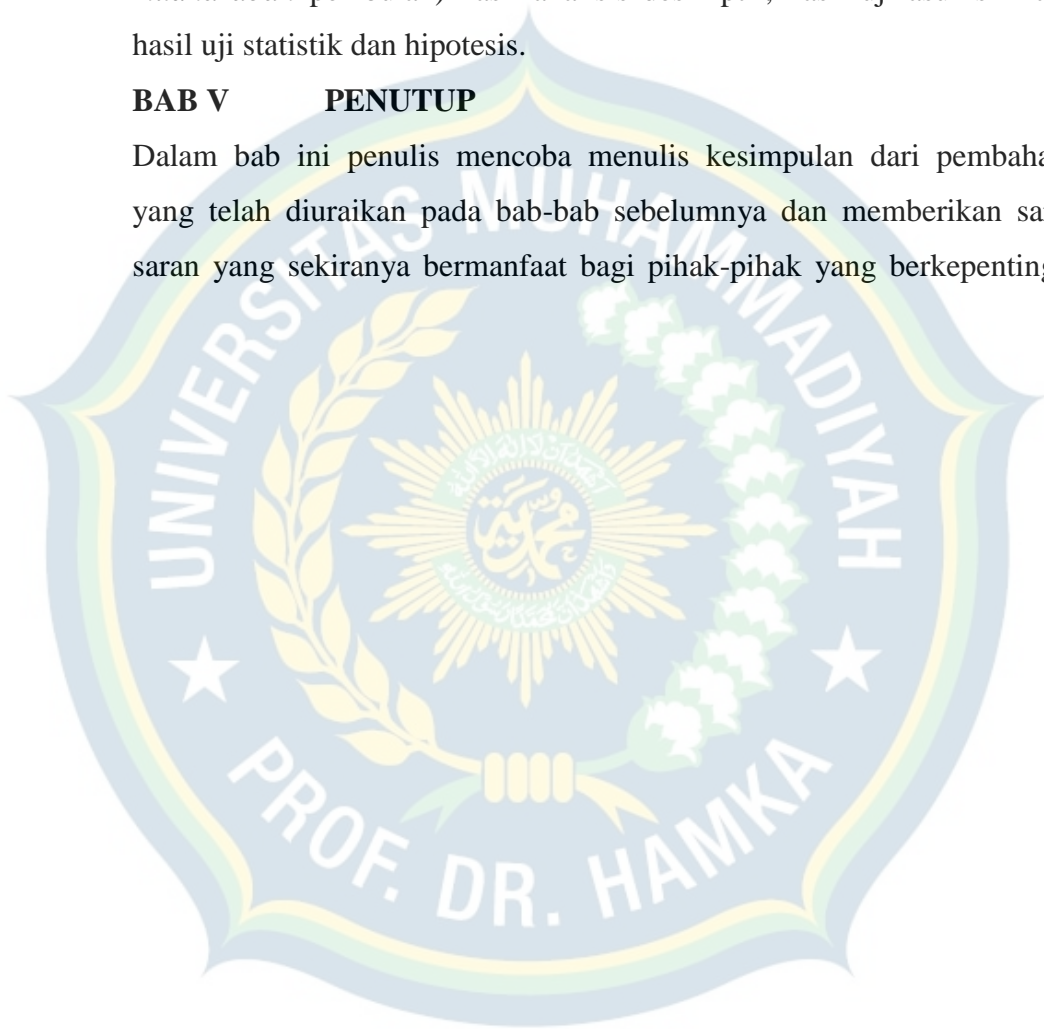
Dalam bab ini penulis membahas mengenai lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, jenis dan pendekatan penelitian, hipotesis penelitian, pengukuran variabel, identifikasi variabel, model analisis data, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi), dan pengujian secara statistik (uji F, uji t, koefisien determinasi (R^2))

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis membahas mengenai hasil penelitian antara lain, pelaksanaan sistem transparansi keuangan dan manajemen BNI Syariah, laporan BNI Syariah (pertumbuhan jumlah dana pihak ketiga per bulan, perkembangan biaya promosi per bulan, perkembangan bagi hasil deposito *mudharabah* per bulan) hasil analisis deskriptif, hasil uji asumsi klasik, hasil uji statistik dan hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis mencoba menulis kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang sekiranya bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2007.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. 2001.
- Arifin, Zainal. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah edisi referensi*. Jakarta: Alfabeta. 2006
- Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Alvabet. 2002.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Dendawijaya, Lukman. *Manajemen Perbankan*. Bogor : Ghalia Indonesia. 2009.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* Semarang: BP Undip. 2011
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Transaksi dalam Islam: Fiqh Muamalat*. Jakarta: Rajawali Pers. 2004.
- Ismail. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press. 2012.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1989.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta : Rajawali Pers. 2011.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta PT RajaGrafindo Persada. 2006.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2007.

- Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi Pertama* Jakarta: Kencana. 2005.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo. 1997.
- Kotler, Philip. *Marketing jilid 2*. Jakarta: Erlangga. 1997.
- Kotler, Philip dan Susanto, AB. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Jilid 2* Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Kotler, Phillip dan Kelle, Kevin Lane. *Marketing Management*. Jakarta: PT Indeks. 2009.
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM. 2007.
- Nakhrowi, Djalal Nakhrowi dan Usman, Hardius *Penggunaan Teknik Ekonometri*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2002.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Priyanto, Duwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom. 2008.
- Rais, Isnawati dan Hasanudin. *Fiqh Muamalah dan Aplikasinya pada Lembaga Keuangan Syariah*. Ciputat, Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah 2011.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta. 2005.
- Rivai, H Veithzal. Dkk. *Banking and Finance dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangan Syariah sebaga Solusi dan Bukan Alternatif*. Yogyakarta: BPF. 2012.
- Rivai, H Veitzhal dan Arifin, Arvian. *Islamic Banking sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara. 2010.
- Rivai, Veitzhal. Dkk. *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktek*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013.
- Santoso, Singgih. *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2012.

- Sanusi, Anwar *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. *SPSS vs Lisreal: Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Sumodiningrat, Gunawan. *Ekonometrika Pengantar*
- Sutedi, Adrian. *Perbankan Syariah Tinjauan dari Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2009.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Akuntansi Keprilakuan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2008.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Wijaya, Tony. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik Edisi Pertama*.
- www.bnisyariah.co.id/laporan-keuangan. diakses pada Jumat, 26 September 2014.
- www.pendidikanekonomi.com diakses pada Rabu, 2 Juli 2014.
- www.bi.go.id diakses pada Sabtu, 11 Oktober 2014.