

## **PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN JUMLAH REKENING DPK TERHADAP JUMLAH DANA PIHAK KETIGA BPRS DI INDONESIA**

Oleh:

**Mochamad Indrajit Roy**

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

### ***Abstract***

*Promotional costs are one component that is expected to increase the total number of SRB DPK. The same is true with the amount of DPK accounts expected and suspected to be able to provide changes to the total number of SRB DPK. The author aims to analyze the alleged influence of Promotional Costs and Number of DPK Accounts on the Total Value of DPK in BPRS in Indonesia.*

*Quantitative methods are used in this study. While the regression analysis is used to analyze the effect of promotion costs and the number of account deposits to the total amount of deposits in the SRB.*

*The results showed that together the Promotion Cost and Number of DPK Accounts had a significant effect on the Total Number of DPK. Partially, Promotional Costs do not have a significant effect on Total Total DPK. Whereas the number of third party funds has a significant influence on the total number of third party funds.*

***Keywords:*** *Promotion, DPK, BPRS*

### **PENDAHULUAN**

Persaingan produk-produk Perbankan Syariah membuat Perbankan Syariah menerapkan strategi pemasaran masing-masing

dalam memasarkan produk-produknya. Salah satu strategi pemasaran yang paling umum dijalankan adalah Promosi.

BPRS sebagai salah satu penyalur dana pembiayaan bagi masyarakat atau nasabah, memerlukan kecukupan modal yang dapat menjadi dana pembiayaan yang disalurkan tersebut. Salah satu dana yang dapat dijadikan modal dan merupakan hal penting bagi Perbankan adalah Dana Pihak Ketiga (DPK).

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS. Kegiatan promosi yang dilakukan memerlukan biaya yang harus dikeluarkan oleh Perbankan Syariah termasuk BPRS. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh BPRS diharapkan dapat membuat peningkatan perolehan Dana Pihak Ketiga. Adapun perkembangan Biaya Promosi dan Dana Pihak Ketiga BPRS dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Data Biaya Promosi, Jumlah Rekening DPK dan Dana Pihak Ketiga BPRS di Indonesia Periode 2018-Juni 2019**

Periode		Biaya Promosi (Juta Rupiah)	Jumlah Rekening DPK	Total DPK (Juta Rupiah)
Tahun	Bulan			
2018	Januari	Rp 1,117.10	1,409,108	Rp 7,105,190.56
	Februari	Rp 2,414.15	1,406,758	Rp 7,148,155.16
	Maret	Rp 3,876.30	1,423,652	Rp 7,242,954.34
	April	Rp 5,516.94	1,427,040	Rp 7,273,664.60
	Mei	Rp 7,386.52	1,480,613	Rp 7,149,496.71
	Juni	Rp 9,278.26	1,479,911	Rp 7,165,906.77
	Juli	Rp 11,015.59	1,476,637	Rp 7,485,581.96
	Agustus	Rp 12,675.68	1,477,223	Rp 7,597,799.75
	September	Rp 14,220.83	1,507,624	Rp 7,739,373.46
	Oktober	Rp 15,633.15	1,516,453	Rp 7,751,935.04
	November	Rp 17,373.26	1,531,312	Rp 7,977,272.20
	Desember	Rp 19,211.75	1,552,335	Rp 8,134,937.84
2019	Januari	Rp 1,300.92	1,492,075	Rp 8,103,395.95

*Pengaruh Biaya Promosi...*

	Februari	Rp 2,344.19	1,527,974	Rp 8,082,299.36
	Maret	Rp 3,559.87	1,519,171	Rp 8,135,985.19
	April	Rp 5,037.70	1,525,177	Rp 8,030,509.87
	Mei	Rp 8,345.56	1,541,916	Rp 7,958,805.94
	Juni	Rp 9,567.79	1,556,309	Rp 8,099,759.12

Sumber : Statistik Perbankan Syariah (OJK)

Pada Tabel tersebut, dapat dilihat perkembangan Biaya Promosi pada tahun 2018 dan semester pertama tahun 2019 menunjukkan tren yang positif. Dengan kata lain Biaya Promosi mengalami peningkatan. Perkembangan Dana Pihak Ketiga sepanjang tahun 2018 pun menunjukkan tren peningkatan seiring dengan peningkatan Biaya Promosi. Akan tetapi pada semester pertama tahun 2019, Biaya promosi tetap menunjukkan tren peningkatan tetapi Dana Pihak Ketiga mengalami fluktuasi. Artinya secara logis, peningkatan Biaya Promosi hendaknya seiring dengan peningkatan Jumlah DPK, akan tetapi faktanya pada periode semester pertama tahun 2019 DPK berfluktuasi.

Terdapat suatu hal yang menarik bila melihat data dan fakta pada Tabel 1. Secara logis, adanya peningkatan Jumlah Rekening DPK dapat meningkatkan pula Jumlah Total DPK. Akan tetapi pada Tabel tersebut dapat dilihat bahwa peningkatan Jumlah Rekening DPK belum tentu disertai adanya peningkatan Total DPK, seperti tersaji pada periode Januari-Februai 2019 dan Maret-Mei 2019.

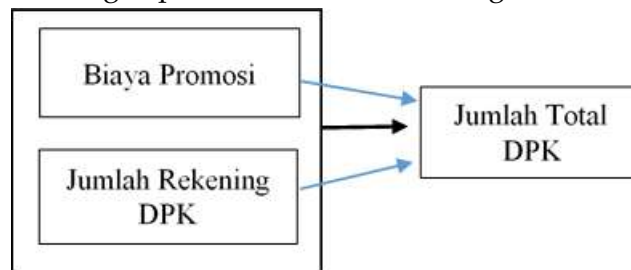
Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti apakah Biaya Promosi dan Jumlah Rekening DPK dapat memberikan peranan atau pengaruh pada Total Jumlah DPK BPRS. Penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: "Bagaimana Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga BPRS Di Indonesia?"

### **KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

Biaya Promosi menurut Rangkuti (2009), adalah Biaya pemasaran yang meliputi keseluruhan biaya untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke konsumen. Menurut Arif (2010), yang meneliti Efektifitas Biaya Promosi dan Diklat Terhadap Penghimpunan DPK di Bank Syariah, menyatakan hasil penelitiannya bahwa Biaya Promosi memiliki pengaruh yang nyata terhadap penghimpunan DPK Bank Syariah. Sedangkan menurut Mumtazah dan Septiarini (2016) menyimpulkan Biaya Promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Jumlah DPK pada Bank Umum Syariah (BUS). Kedua pendapat tersebut menggugah rasa ketertarikan penulis untuk menganalisis pengaruh Biaya Promosi terhadap Total DPK di BPRS.

Bila melihat dan mengamati perkembangan Jumlah Rekening DPK pada BPRS periode 2018 dan awal semester 2019, memiliki tren yang positif. Demikian pula dengan Nilai Jumlah Total DPK BPRS pada periode yang sama, memiliki tren yang positif. Hal ini mengindikasikan adanya dugaan bahwa Peningkatan Jumlah Rekening DPK dapat memengaruhi Nilai Jumlah Total DPK pada BPRS.

Berdasarkan kerangka berfikir tersebut maka penulis membuat Gambaran kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Biaya Promosi diduga memiliki pengaruh terhadap Pembiayaan Jumlah Total DPK pada BPRS.

H<sub>2</sub> : Jumlah Rekening DPK diduga memiliki pengaruh terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.

H<sub>3</sub> : Biaya Promosi dan Jumlah Rekening DPK secara bersama-sama diduga memiliki pengaruh terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.

#### **METODE PENELITIAN**

Data didapatkan dari publikasi Statistik Perbankan Syariah yang telah dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Data yang dianalisis berdasarkan deret waktu (*Time Series*). Data tersebut merupakan data bulanan mulai Bulan Januari 2016 hingga Bulan Juni 2019. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Analisis dengan Regresi Berganda menggunakan bantuan aplikasi (*Software*) yang umum digunakan pada analisis statistik yaitu SPSS.

#### **HASIL PEMBAHASAN**

##### **Uji Asumsi Klasik**

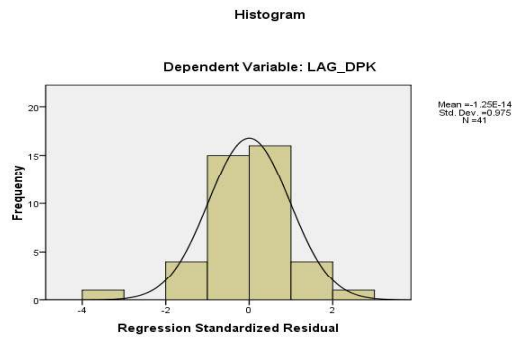
Pada pengujian asumsi klasik yang pertama, terdapat masalah autokorelasi. Sehingga dilakukan suatu cara untuk mengatasinya. Adapun cara yang dilakukan dengan menggunakan metode *Cochrane Orcutt*. Cara ini merubah bentuk data (transformasi data) ke dalam bentuk *LAG*. Setelah itu dilakukan kembali pengujian Asumsi Klasik kembali karena bentuk data telah berubah.

##### **Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan cara uji dw. Pada output hasil diketahui nilai DW sebesar 1.877 dimana jumlah N sebesar 41 dan jumlah k sebesar 2. Berdasarkan Tabel dw, Nilai tersebut terletak pada :  $du < dw < 4-du$  dengan nilai du sebesar 1.6031 dan nilai  $4-du$  sebesar 2.3969. Dengan kata lain, pada model ini tidak terdapat masalah autokorelasi.

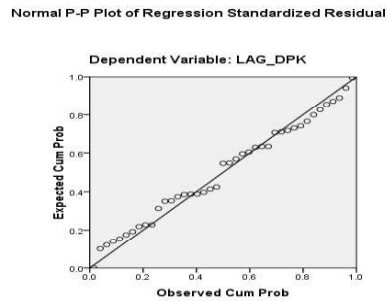
### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen, keduanya terdistribusi secara normal atau tidak normal. Dari output hasil analisis, dapat dilihat pada gambar histogram, data terdistribusi Normal.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas

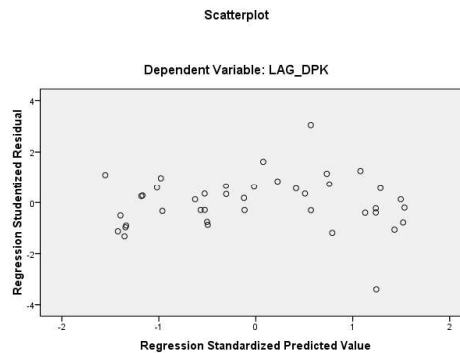
Uji normalitas pun dapat dilihat pada *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

### Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini gambar dari *Scatterplot*:



**Gambar 3. Scatterplot**

Bila melihat gambar penyebaran titik-titik residual tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

Pada uji multikolinearitas, dilakukan dengan melihat nilai VIF dari output hasil. Pada model ini, nilai VIF yang diperoleh kedua variabel independen adalah sebesar 1.004 dengan nilai tersebut, dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Dari hasil pengujian asumsi klasik tersebut, dimana sudah tidak ada satupun asumsi yang bermasalah. Maka dapat dinyatakan bahwa model ini sudah memenuhi asumsi klasik.

Nilai *R-Square* pada model ini adalah sebesar 0.928, hal ini berarti bahwa Jumlah Total DPK pada BPRS dapat dijelaskan oleh Variabel Biaya Promosi dan Jumlah Rekening DPK sebesar 92.8 persen. Sedangkan sisanya 7.2 persen dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

### Uji Hipotesis

Output Hasil pengujian hipotesis, secara simultan atau bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai Signifikansi sebesar 0.000 yang lebih

kecil dari nilai  $\alpha$  5% (0.005). Hasil uji secara parsial atau sendiri-sendiri, pada setiap variabel bebas menunjukkan bahwa nilai Variabel Biaya Promosi sebesar 0.278 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05, hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS. Sedangkan untuk nilai variabel Jumlah Rekening DPK menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05, yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.

Pada hasil analisis regresi berganda ini, ada hasil yang secara logis tidak sesuai dengan logika secara umum. Biaya promosi secara logika umum, diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan dan positif. Akan tetapi pada model ini terjadi kebalikannya. Dengan hasil ini hendaknya dilakukan penelusuran dan penelitian yang lebih mendalam terhadap komponen biaya promosi yang dikeluarkan. Dapat juga dilakukan penelitian lebih spesifik secara kuantitatif maupun kualitatif terkait jenis atau macam bauran promosi yang dilakukan oleh BPRS di Indonesia secara umum. Pengukuran efektifitas komponen bauran Promosi pada BPRS juga sepertinya diperlukan untuk dapat memberikan suatu perencanaan Biaya khususnya Biaya Promosi agar bias dikeluarkan seefektif mungkin.

Pada hasil analisis pada variabel jumlah rekening DPK yang terdapat pada model ini menunjukkan hasil yang logis. Perubahan Jumlah rekening DPK dapat memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS. Artinya adanya peningkatan jumlah rekening DPK dapat pula meningkatkan Jumlah Total DPK pada BPRS.



## **KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Biaya Promosi tidak memiliki Pengaruh signifikan terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.
2. Jumlah Rekening DPK memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.
3. Biaya Promosi dan Jumlah Rekening DPK secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Jumlah Total DPK pada BPRS.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arif, M. N. R. A. 2010. *Efektifitas Biaya Promosi dan Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Bisnis. No. 3. Vol. 15. Universitas Gunadarma. Depok.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. BPUP. Semarang.
- Mumtazah, Wardati dan Septiarini, Dina Fitriasia. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah (Periode Triwulan I 2010-Tri Wulan I 2015)*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. No. 10. Vol. 3
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

