

PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP JUMLAH DANA PIHAK KETIGA DI PERUSAHAAN PERBANKAN

Achbar Hermawan

achbarhermawan06@gmail.com

Aniek Wahyuati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the promotional costs and interest rates on third party funds. The data that been used in this research is secondary data that is the financial statements of banking companies which is listed in the Indonesia Stock Exchange. The number of samples which used in this research are 6 companies: Bank Central Asia, Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, Bank CIMB Niaga, Bank Negara Indonesia which is listed in Indonesia Stock Exchange located at STIESIA Jalan Menur pumung No.30 on year 2011-2016 was taken by using purposive sampling method. Data analysis method from this research use multiple linear regression analysis with using SPSS tool. The independent variable in this research is Promotion Cost and Interest Rate. While the dependent variable in this research is Third Party Fund. The results of this research indicates that independent variables are promotional costs have a positive and significant impact on third party funds while the dependent variable is the interest rate does not significantly influenced the third party funds.

Keywords: Promotion cost, interest rate and third party fund.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan tingkat suku bunga terhadap dana pihak ketiga. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 perusahaan yaitu Bank Central Asia, Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, Bank CIMB Niaga, Bank Negara Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berada di STIESIA Jalan Menur pumung No.30 pada tahun 2011-2016 yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis data dari penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS. Variabel independen pada penelitian ini yaitu Biaya Promosi dan Tingkat Suku Bunga. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini yaitu Dana Pihak Ketiga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga sedangkan variabel dependen yaitu tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga.

Kata kunci : Biaya Promosi, Tingkat Suku Bunga, Dana Pihak Ketiga

PENDAHULUAN

Dalam dunia modern sekarang ini peranan perbankan sangatlah besar dalam menunjukkan perekonomian suatu negara. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan keuangan selalu membutuhkan jasa bank, oleh karena itu kemajuan bank suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan, artinya keberadaan bank semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat. Begitu pentingnya dunia perbankan, maka ada anggapan bahwa bank merupakan "urat nadi" perekonomian. Bank berperan sebagai perantara keuangan antara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang memiliki kelebihan dana.

Sejalan dengan perubahan di bidang hukum dan teknologi yang cukup berpengaruh terhadap perbankan secara umum. Perusahaan perbankan banyak yang berupaya untuk meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran bank yang terpadu, hubungan masyarakat dan lain sebagainya.

Di pihak nasabah juga terjadi perubahan akan kebutuhan produk bank yang diikuti oleh keinginan akan adanya peningkatan kualitas sistem layanan dan kebutuhan dan keanekaragaman produk bank. Dimana masyarakat tidak hanya memandangi sebuah bank sebagai sarana untuk menyimpan uang yang lebih aman, namun lebih dari itu, mereka mengharapkan hasil investasi yang lebih tinggi, sehingga menciptakan suasana persaingan antar bank dalam penggalangan dana nasabah yang semakin ketat dan di sisi lain pemerintah membatasi bank dalam memberikan suku bunga produk simpanan tidak melebihi batas tertinggi bunga yang ditetapkan Bank Indonesia. Bagi sebuah bank, tidaklah cukup hanya dengan memberikan jasa-jasa keuangan saja, tetapi yang terpenting adalah bagaimana cara untuk meningkatkan mutu dari pemberian jasa-jasa tersebut. Bank harus beroperasi secara sehat, sehingga kepentingan semua pihak terjaga dan kelanjutan hidup bank terjamin. Hal ini dapat dicapai dengan kebijaksanaan dan praktek-praktek yang berpandangan jauh ke depan.

Perkembangan dalam perbankan dewasa ini telah mendorong bank untuk mencari inovasi produk yang dapat ditawarkan kepada nasabah. Dalam menjalankan kegiatan, maka penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat penghimpun uang bagi masyarakat, berupaya memenuhi kebutuhan nasabah atau berinvestasi, untuk keamanan uangnya, untuk memperoleh penghasilan bank dari hasil simpanan dan untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran. Salah satu produk simpanan masyarakat yang ditawarkan pada pihak bank adalah Tabungan, produk ini merupakan salah satu jenis dana pihak ketiga dimana dilihat dari sisi tingkat suku bunga yang dibayar kepada pemegang simpanan tabungan (*savings deposits*). Salah satu faktor yang menjadikan seseorang memilih untuk menggunakan jasa perbankan dalam menyimpan dananya di bank adalah Tingkat suku bunga simpanan, karena saat seseorang memiliki harta maka akan berpikir untuk menggunakan hartanya untuk memperoleh keuntungan dari harta tersebut, seperti menggunkannya untuk berinvestasi atau menabungkan hartanya di bank dengan harapan harta atau dana tersebut memberikan keuntungan tersendiri yang di ambil dari bunga bank yang diberikan perbankan bagi nasabahnya, dengan demikian tingkat bunga bank dapat menjadi faktor faktor yang menarik minat seseorang dalam menyimpan uangnya. Bagi bank, tingkat suku bunga yang diberikan kepada nasabah yang menyimpan dananya di bank merupakan suatu biaya yang harus dikeluarkan oleh bank untuk memberikan balas jasa atas dana nasabah yang disimpan di bank. Dalam memperkenalkan produknya ke masyarakat, perbankan memerlukan suatu kegiatan promosi yang kemudian menimbulkan biaya atas pelaksanaan kegiatan promosi tersebut. Semakin masyarakat mengenal produk suatu bank, semakin besar pula kemungkinan untuk meraih perolehan dana dari masyarakat sehingga akumulasi dana yang terhimpun oleh bank semakin meningkat. Oleh karena itu berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti memilih judul penelitian : "Pengaruh biaya promosi dan tingkat suku bunga terhadap jumlah dana pihak ketiga di perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI".

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan yaitu: (1) Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap perolehan dana pihak ketiga ? (2) Apakah tingkat suku bunga berpengaruh terhadap perolehan dana pihak ketiga ? Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengukur besaran pengaruh biaya promosi terhadap perolehan dana pihak ketiga. (2) Untuk mengukur besaran pengaruh tingkat suku bunga terhadap perolehan dana pihak ketiga.

TINJAUAN TEORITIS

Biaya Promosi

Menurut Shahab (1997:4) definisi biaya adalah: "Biaya adalah pengeluaran uang atau prestasi yang diterima untuk menjalankan perusahaan atau untuk proses produksi yang dipergunakan dalam rangka mendapatkan hasil tersebut". Sedangkan menurut Swastha(2000:237) tentang promosi adalah: "Arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah bagian dari penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka memperkenalkan dan menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

Tingkat Suku Bunga

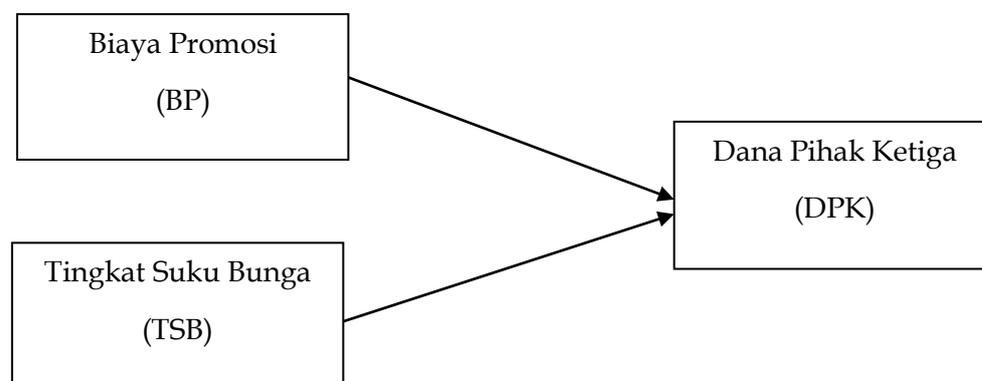
Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip komersial kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman) (Kasmir 2005:133).

Dana Pihak Ketiga

Dana pihak ketiga adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank. Dana - dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat (Dana Pihak Ketiga) merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank (mencapai 80%-90% dari seluruh dana yang dikelola oleh bank) karena bank merupakan lembaga keuangan yang dapat dipercaya untuk menyimpan dana masyarakat dan yang paling aman. Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dapat berupa giro, tabungan, dan deposito. Seiring kemajuan jaman dan teknologi maka fungsi bank pun sangat diperlukan mengingat sudah tidak adanya penghalang jarak dalam perdagangan. Dalam hal ini bank memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank menggunakan 3 instrumen utamanya yaitu: (1) Tabungan adalah Tabungan adalah dana pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank bersangkutan. Penarikannya dapat dilakukan melalui buku tabungan ataupun ATM. (2) Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, saran perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Pengertian dapat ditarik setiap saat adalah bahwa uang yang sudah disimpan di rekening giro dapat ditarik berkali-kali dalam sehari selama dana masih tercukupi, selain harus memenuhi syarat dari bank yang bersangkutan. (3) Deposito adalah dana pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati oleh nasabah dan pihak bank bersangkutan.

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Biaya Promosi adalah bagian dari penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka memperkenalkan dan menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Menurut Pasaleori (2012), apabila biaya promosi besar maka berpengaruh positif terhadap perolehan dana pihak ketiga. Maka hipotesis penelitian yaitu:

H₁ : Biaya Promosi produk tabungan mempunyai pengaruh positif terhadap perolehan dana pihak ketiga (Tabungan).

Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Dana Pihak Ketiga

Tingkat suku bunga adalah Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip komersial kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman) (Kasmir 2005:133). Tingkat suku bunga juga berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga (Takiyudin dan Hasibuan, 2015) (Pasaleori, 2012). Maka hipotesis penelitian yaitu:

H₂ : Tingkat suku bunga produk tabungan mempunyai pengaruh positif terhadap perolehan dan pihak ketiga (Tabungan).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang mengungkap besar atau kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka - angka, dengan cara mengumpulkan data yang merupakan faktor pendukung terhadap pengaruh variabel - variabel yang bersangkutan kemudian menganalisis dengan menggunakan alat analisa yang sesuai dengan variabel - variabel dalam penelitian. Data tersebut merupakan data laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan 2011 - 2016 yang dapat diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia. Populasi yang digunakan adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011 -2016.

Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pada metode purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan pada kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut : (1)Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (2)Perusahaan perbankan yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut - turut periode 2011 - 2016 di Bursa Efek Indonesia. (3)Data laporan keuangan diterbitkan dalam satuan mata uang rupiah selama periode 2011 - 2016.

Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan perbankan yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia untuk periode tahun 2011 - 2016, yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia di Sekolah Tinggi Ekonomi Inonesia (STIESIA) Surabaya dan diunduh melalui www.idx.co.id.

Definisi Operasional

Dana Pihak Ketiga: Merupakan jumlah penghimpunan dana pihak ketiga, dana pihak ketiga yang merupakan sumber modal dari lembaga keuangan terkait. Oleh karena itu dana dari pihak ketiga inilah kegiatan intermediasi atau pelayanan jasa lalu lintas keuangan dalam suatu wilayah bisa tercapai dan terlaksana dengan lancar. Dana pihak ketiga ini sendiri terdapat 3 instrumen yaitu tabungan, giro, dan deposito dengan masing - masing tingkat suku bunga simpanan yang berbeda. Dalam penelitian ini , indikator yang digunakan adalah jumlah giro, tabungan dan deposito.

Biaya Promosi: Merupakan biaya promosi adalah bagian dari penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka memperkenalkan dan menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan adalah jumlah biaya promosi di tahun sebelumnya dengan asumsi manfaat biaya promosi dapat dirasakan setelah satu tahun.

Tingkat Suku Bunga: Merupakan bunga pada dasarnya berperan sebagai pendorong utama agar masyarakat bersedia menabung. Jumlah tabungan akan ditentukan oleh tinggi rendahnya tingkat bunga. Semakin tinggi suku bunga, akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung, dan sebaliknya. Tinggi rendahnya penawaran dana investasi ditentukan oleh tinggi rendahnya suku bunga tabungan masyarakat. Pada penelitian ini, indikator yang digunakan adalah rata-rata suku bunga tiap tahun.

Teknik Analisis Data

Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009 : 147). Teknik ini digunakan untuk menganalisis data mengenai variabel biaya promosi dan tingkat suku bunga terhadap dana pihak ketiga.

Pada penelitian ini menggunakan rata - rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum, rata - rata (mean) digunakan untuk mengetahui rata - rata data yang bersangkutan. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar data yang bersangkutan tersebut bervariasi dari rata - rata. Maksimum akan digunakan untuk mengetahui jumlah paling kecil dari data yang bersangkutan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menilai variabel luas pengungkapan resiko dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (biaya promosi dan tingkat suku bunga) terhadap variabel dependen (dana pihak ketiga). Model dari penelitian ini adalah :

$$DPK = \alpha + \beta_1 BP + \beta_2 TSB + \epsilon$$

Dimana :

DPK : Dana Pihak Ketiga
 BP : Biaya Promosi
 TSB : Tingkat Suku Bunga
 α : Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi variabel independen
 ϵ : koefisien error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : (1) uji Normalitas, (2) uji Multikolinieritas, (3) uji Autokorelasi, (4) uji Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal (Ghazali, 2006 : 110). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan dua cara yaitu metode pendekatan *grafik normal probability dan kolmogorov smirnov rest*.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Ghazali, 2006 : 91). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai cutoff yang menunjukkan nilai tolerance < 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10 (Ghazali, 2006 : 91)

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan gangguan pada periode t-1 (Ghozali, 2006 : 95). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi salah satunya dengan menggunakan uji Durbin - Waston (DW test). Kriteria pengambilan keputusan disajikan sebagai berikut : (1) nilai DW < -2 maka terjadi autokorelasi positif, (2) nilai DW diantara -2 sampai 2 maka tidak terjadi autokorelasi, (3) nilai DW > 2 maka terjadi autokorelasi negatif

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2006 : 105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah

yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scattelr plot* antara SRESID dan ZPRED diaman sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, $DW < 2$ dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarisasi.

Uji Kelayakan Model

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5%. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dipergunakan analisis berikutnya. (2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan analisis berikutnya.

Uji Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

Untuk menguji hipotesis dipergunakan uji t. kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 5\%$ yaitu sebagai berikut :

- a. Apabila signifikansi uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- b. Apabila nilai signifikan uji t $< 0,05$ maka H_0 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2006 : 83). Apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif variabel digunakan untuk menggambarkan distribusi data diantaranya nilai minimum, nilai maksimum, rata - rata dan standar deviasi dari sampel yang diteliti atas variabel - variabel yang digunakan. Hasil analisis deskriptif ditunjukkan pada Tabel 1 :

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
DPK	18,6789	1,10185	36
TSB	,0667	,01394	36
BP	13,2398	1,61982	36

Sumber : Data sekunder diolah,2018

Berikut ini adalah perincian data deskriptif variable penelitian dari perusahaan perbankan periode 2011-2016 yang diolah dan dipaparkan pada Tabel 1: (1) dana pihak ketiga memiliki nilai rata - rata 18,6789 . Standar deviasi untuk variabel dana pihak ketiga sebesar 1,10185. (2) Nilai biaya promosi memiliki nilai rata - rata (mean) sebesar 13,2398 dengan nilai standar deviasi biaya promosi sebesar 1,61982. (3) Nilai tingkat suku bunga memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0667 dengan nilai standar deviasi tingkat suku bunga sebesar 0,01394.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menilai variabel luas pengungkapan resiko dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (biaya promosi dan tingkat suku bunga) terhadap variabel dependen (dana pihak ketiga). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi ditunjukkan Tabel 2:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12,190	1,390		8,769	,000
	TSB	2,785	9,954	,035	,280	,781
	BP	,476	,086	,700	5,558	,000

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2 menjelaskan bahwa model regresi yang dapat dibentuk yaitu :
 $DPK = 12,190 + 0,476 BP + 2,785 TSB + e$

Uji Asumsi Klasik

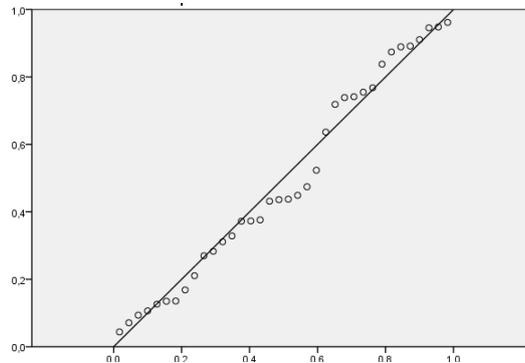
Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : (1) uji Normalitas, (2) uji Multikolinieritas, (3) uji Autokorelasi, (4) uji Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu digunakan untuk mengetahui apakah data pada persamaan regresi linear berganda berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan dua cara yaitu metode pendekatan grafik *normal probability plot* dan *kolmogorov-simrnov test*.

Grafik Normal Probability Plot

Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal probability plot tampak pada Gambar 1:



Sumber: Data Sekunder diolah, 2018
Gambar 2
Grafik Normal P-P Plot

Pada Gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal pada regresi yang diteliti.

Kolmogorov-Smirnov Test

Pendekatan kolmogorov-simrov menggunakan dasar pengambilan keputusan jika hasil nilai profitabilitas > 0,05 maka dikatakan data normal. Berdasarkan hasil olah SPSS uji statistic non-parametik kolmogrov-simrnov disajikan pada Tabel 3 :

α
Tabel 3
Hasil Uji Normalitas dengan Klomogrov Sminov Test

		Unstandardize d Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,79077868
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,110
	Negative	-,085
Kolmogorov-Smirnov Z		,659
Asymp. Sig. (2-tailed)		,778

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data

Sumber : Data Sekunder diolah,2018

Tabel 3 menunjukkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *kolmogrov-smirnov test*, dimana diperoleh hasil nilai *kolmogrov-smirnov test Z* sebesar 0,659 dan nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* 0,778 > 0,05 yang menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai cutoff yang menunjukkan nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai *VIF* < 10 (Ghazali, 2006 : 91) Nilai *tolerance* dan *VIF* akan disajikan pada Tabel 4:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
TSB	,984	1,016
LNBP	,984	1,016

a. Dependent Variable: DPK

Sumber : Data Sekunder diolah,2018

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari setiap variabel independen (biaya promosi dan profitabilitas) tidak kurang dari 0,1 dan nilai *VIF* dari setiap variabel independen tidak lebih dari 10. Oleh Karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggunaan npada periode t dengan kesalahan gangguan pada periode t-1 (Ghozali, 2006 : 95). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi salah satunya dengan menggunakan uji Durbin - Waston (DW test). Nilai Durbin-Waston dari hasil perhitungan regresi disajikan pada Tabel 5 :

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Change Statistics					
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change	Durbin-Watson
1	,485	15,535	2	33	,000	,340

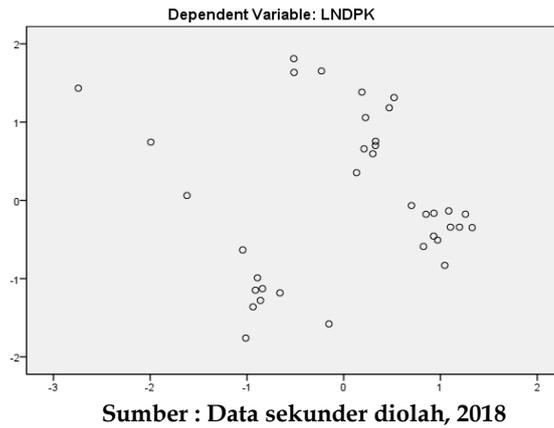
b. Dependent Variable: LNDPK

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai DW sebesar 0,340. Hal ini menunjukkan nilai DW berada diatas -2 dan kurang dari 2, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson berada pada daerah yang tidak terjadi autokorelasi dalam menentukan keputusan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain Ghozali (2006:105). Hasil uji heteroskedastisitas tampak pada Gambar 2 berikut:



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3 diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas ;pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan dianalisa lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model penelitian. Menurut Ghozali (2006:79) ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan *goodness of fit*. Secara statistik, *goodness of fit* dapat diukur dari nilai koefisien determinasi (R^2) dan niali statistic F. Model dikatakan layak jika hasil pengolahan SPSS menunjukkan signifikansi < 0,05. Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model

Model	ANOVA ^b		Mean Square	F	Sig.
	Sum Squares	of Df			
1 Regression	20,606	2	10,303	15,535	,000 ^a
Residual	21,887	33	,663		
Total	42,493	35			

a. Predictors: (Constant), LNBP, TSB

b. Dependent Variabel : DPK

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa model persamaan ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut layak dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t, dan bertujuan untuk mengetahui hubungan signifikansi dari masing - masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan tingkat signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 7 :

Tabel 7
Hipotesis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	12,190	1,390			8,769	,000
TSB	2,785	9,954	,035		,280	,781
BP	,476	,086	,700		5,558	,000

a. Dependent Variable: DPK

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

H₁ : Biaya Promosi berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil perhitungan pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai t pada variabel biaya promosi sebesar 5,558 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (*level of signifikan*), artinya kemampuan perusahaan perbankan dalam melakukan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga. Jadi hipotesis pertama diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

H₂ : Tingkat Suku Bunga terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil perhitungan pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai t pada variabel tingkat suku bunga sebesar 0,280 dengan nilai signifikansi sebesar 0,781 lebih besar dari 0,05 (*level of non signifikan*), artinya tingkat suku bunga pada perusahaan perbankan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga. Jadi hipotesis kedua ditolak.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8
Koefesien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
Dimension0	1	,696 ^a	,485	,454	,81439

a. Predictors: (Constant), BP, TSB

b. Dependent Variable: DPK

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi menggunakan adusted R² sebesar 0,454 atau 45,4%. Hal ini menunjukkan bahwa 45,4% DPK dipengaruhi oleh variabel biaya promosi dan tingkat suku bunga sedangkan 54,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh Biaya Pomosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Variabel Biaya Promosi berpengaruh langsung terhadap Dana Pihak Ketiga. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi biaya promosi perusahaan perbankan akan meningkatkan dana pihak ketiga. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai B hipotesis ke satu sebesar 0,476 yang menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang positif. Nilai t hitung sebesar 5,558 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis kesatu menyatakan bahwa Biaya Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pasaleori (2012) dan Takiyuddin dan Hasibun (2015) bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap dana pihak ketiga. Tingginya biaya promosi dapat meningkatkan dana pihak ketiga, dengan biaya promosi yang tinggi perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan daaat menarik nasabah untuk menabun sehingga meningkatkan dana pihak ketiga, dengan demikian biaya promosi akan meningkat dan dana pihak ketiga perusahaan akan meningkat pula.

Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap Dana Pihak Ketiga

Variabel Tingkat Suku Bunga tidak berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi tingkat suku bunga yang dikeluarkan oleh perusahaan perbankan tidak meningkatkan dana pihak ketiga. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai B kesatu sebesar 2,785 yang menunjukan tidak terdapat pengaruh yang positif. Nilai t hitung sebesar 0,280 dengan nilai signifikan sebesar $0,781 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat suku bunga tidak berpengaruh terhadap dana pihak ketiga.

Hasil dari penelitian ini seusai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siswanto (2013) bahwa tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga. Tingginya nilai suku bunga yang dikeluarkan oleh perusahaan perbankan tidak meningkatkan dana pihak ketiga, dengan tingkat suku bunga yang tinggi maka tidak meningkatkan atau menurunkan dana pihak ketiga, sehingga dana pihak ketiga perusahaan seimbang ketika tingkat suku bunga meningkat atau menurun.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK). Hal ini menunjukkan semakin tinggi biaya promosi yang dialokasikan oleh perusahaan perbankan akan meningkatkan dana pihak ketiga. Biaya promosi akan membawa dampak positif bagi seseorang untuk menghimpun sebagian uangnya ke perusahaan keuangan. Sedangkan tingkat suku bunga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat suku bunga yang dikeluarkan oleh perusahaan perbankan maka tidak meningkatkan atau menurunkan dana pihak ketiga, dengan demikian dana pihak ketiga perusahaan seimbang ketika tingkat suku bunga meningkat atau menurun.

Saran

Dari hasil penelitian diatas dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat dikeukakan adalah sebagai berikut: Perusahaan perbankan hendaknya lebih meningkatkan lagi dalam upaya penghimpunan dana pihak ketiga dari nasabah atau masyarakat agar permintaan kredit yang diberikan dapat tersalurkan secara optimal. Usaha-usaha bank dalam menarik nasabah yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan promosi dan hadiah-hadiah sehingga nasabah akan menitipkan dana lebihnya pada bank, karena besarnya jumlah dana pihak ketiga yang dapat dihimpun oleh bank memungkinkan besar juga kredit yang dapat diberikan oleh bank pada masyarakat. Bagi manajemen, dalam rangka meningkatkan dana pihak ketiga perusahaan perbankan, pihak manajemen harus memperhitungkan biaya promosi dan tingkat suku bunga. Karena biaya promosi dan tingkat suku bunga tersebut dapat digunakan sebagai kunci untuk memperoleh dana pihak ketiga. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas sampel dan data penelitian. Misalnya dengan menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang serta menambahkan variabel independen lain yang diduga mempengaruhi dana pihak ketiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, S. 2000, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta : Liberty.
- Bumi A., Iman S., Wahjono. 2009, *Manajemen Pemasaran Bank*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghazali, I. 2006, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- _____, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan ketiga, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Kasmir.2005. *Pemasaran Bank*. Cetakan kedua. Kencana : Jakarta.
- _____.2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Raja Grafind Persada.
- _____.2006. *Dasar dasar perbankan*,edisi satu. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- _____.2008, *Pemasaran Bank*, edisi revisi, cetakan keempat, Penerbit : Grafindo Persada, Jakarta.
- _____.2003. *Bank Dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pasaleori, F. 2012. *Promosi dan Tingkat suku bunga Dana Pihak Ketiga (Tabungan BNI)*

- Philip, K. 2003. *Marketing Management*. Englewood Cliffs, New Jersey.
- _____.2008, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi keduabelas, cetakan kedua, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta..
- Siswanto, M. 2013. *Tingkat suku Bunga Variabel Dependen Dana Pihak Ketiga*.
- Shahab, A. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- _____.2010.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjono dan Mudrajad, K. 2002. "*Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*", Yogyakarta:BPEE
- Suliyanto.2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Surat Edaran Bank Indonesia. 2004. *Perihal Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank*. No 6/23/DPNP. www.bi.go.id. 31 Mei.
- Takiyuddin dan Hasibuan. 2015. Promosi dan Tingkat Suku Bunga Variabel Dependen : Layanan Tabungan (Dana Pihak Ketiga). *Jurnal ISSN 4 (2)2089-8592*.