

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN
PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK
KETIGA (DPK) PADA BPRS INDONESIA PERIODE 2020 – 2024**

SKRIPSI



Oleh

ALDIKA BAYU SETIAWAN

NIM: 220503110139

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2026

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN
PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK
KETIGA (DPK) PADA BPRS INDONESIA PERIODE 2020 - 2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh

ALDIKA BAYU SETIAWAN

NIM: 220503110139

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

2/18/26, 10:06 AM

Print Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN
PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK
KETIGA (DPK) PADA BPRS INDONESIA PERIODE 2020 – 2024**

SKRIPSI

Oleh

Aldika Bayu Setiawan

NIM : 220503110139

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016

HALAMAN PENGESAHAN

3/5/26, 12:07 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN

INTERNAL DETERMINANTS OF THIRD-PARTY FUNDS MOBILIZATION IN ISLAMIC RURAL BANKS (BPRS) IN INDONESIA

SKRIPSI

Oleh

ALDIKA BAYU SETIAWAN

NIM : 220503110139

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 27 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Titis Miranti, M.Si

NIP. 199201302023212032

2 Anggota Penguji

Guntur Kusuma Wardana, M.M

NIP. 199006152023211022

3 Sekretaris Penguji

Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

NIP. 197701232009121001

HALAMAN PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldika Bayu Setiawan
NIM : 220503110139
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul: “**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK KETIGA (DPK) PADA BPRS INDONESIA PERIODE 2020 – 2024**” adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikat**” dari karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Malang, 19 Februari 2026

Hormat Saya,



Aldika Bayu Setiawan
NIM: 220503110139

HALAMAN MOTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

- QS. Al-Insyirah: 6 -

“Saya yakin, dan saya bisa”

- Penulis -

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia Periode 2020–2024” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebenaran dan cahaya Islam.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei.
3. Kaprodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Bapak Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M.
4. Ibu Rini Safitri, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang secara konsisten memberikan arahan, saran, dan nasihat, serta meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Bapak Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi, khususnya program studi Perbankan Syariah, yang telah dengan penuh dedikasi memberikan serta mengajarkan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

7. Kedua orang tua penulis tercinta, bapak Musliman dan ibu Supartiyah, yang dengan sepenuh hati telah memberikan kasih sayang, doa, bimbingan, serta segala bentuk pengorbanan yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga tahap ini.
8. Keluarga paman Ponidi, yang senantiasa memberikan dorongan, perhatian, dan motivasi kepada penulis, sehingga penulis mampu melalui setiap proses penyusunan skripsi ini dengan lebih bersemangat dan percaya diri.
9. Kedua saudara kandung penulis kakak Nurhayati dan adik Aldea, yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, dan kehangatan keluarga, sehingga penulis merasa lebih kuat dan tidak pernah merasa sendiri dalam menjalani proses akademik ini.
10. Seluruh keluarga besar, para member “Kontrakan Berkah”, serta semua teman yang telah turut membantu, mendukung, dan berperan pada proses penyelesaian skripsi ini, baik melalui doa, bantuan teknis, maupun semangat yang diberikan. Dukungan tersebut menjadi bagian penting dalam keberhasilan penulis menuntaskan tugas akhir ini.
11. Secara khusus, apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya penulis haturkan untuk diri sendiri atas pencapaian dalam menyelesaikan perjalanan yang telah dipilih. Meskipun perjalanan panjang ini tidak selalu mudah dan kerap dihadapkan pada tantangan, rasa lelah, serta keraguan, penulis terbukti mampu bertahan hingga titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal yang baik untuk melangkah menuju petualangan baru di masa depan.

Malang, 30 Januari 2026

Aldika Bayu Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
خلاصة	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Teori Sumber Daya Perusahaan (<i>Resource-Based View</i>)	16

2.2.2	Dana Pihak Ketiga (DPK).....	18
2.2.3	Biaya Promosi.....	23
2.2.4	Biaya Pendidikan dan Pelatihan.....	25
2.2.5	Jumlah Kantor	30
2.3	Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1	Hubungan Biaya Promosi dengan DPK.....	31
2.3.2	Hubungan Biaya Pendidikan dan Pelatihan dengan DPK.....	32
2.3.3	Hubungan Jumlah Kantor dengan DPK.....	33
2.4	Kerangka Konseptual	34
2.5	Hipotesis.....	35
2.5.1	Pengaruh Biaya Promosi terhadap DPK	35
2.5.2	Pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan terhadap DPK.....	36
2.5.3	Pengaruh Jumlah Kantor terhadap DPK	36
2.5.4	Pengaruh secara simultan Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor terhadap DPK	37
BAB III		38
METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.2	Lokasi / Obyek Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.5	Data dan Jenis Data.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.7.1	Variabel Independen (X).....	40

3.7.2	Variabel Dependen (Y)	41
3.8	Analisis Data	42
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	42
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.8.4	Uji Hipotesis	48
3.8.5	Koefisien Determinasi	49
BAB IV		50
HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2.	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Analisis Deskriptif Statistik	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.2.4	Uji Hipotesis	60
4.2.5	Koefisien Determinasi	62
4.3.	Pembahasan	63
4.3.1	Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga	63
4.3.2	Pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan terhadap Dana Pihak Ketiga	65
4.3.3	Pengaruh Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga	67
4.3.4	Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor Secara Simultan terhadap Dana Pihak Ketiga	69
BAB V		71
PENUTUP		71

5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Kriteria Keputusan Durbin-Watson	45
Tabel 4. 1 Deskriptif Statistik	52
Tabel 4. 2 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 3 Uji Multikolinaritas.....	55
Tabel 4. 4 Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4. 6 Uji T (Parsial).....	60
Tabel 4. 7 Uji F (Simultan)	62
Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan DPK BPRS 2020 - 2024	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian.....	81
Lampiran 2 Uji Statistik Deskriptif.....	82
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Lampiran 5 Uji Hipotesis	85
Lampiran 6 Uji Koefisien Determinasi	86
Lampiran 7 Biodata Peneliti.....	87
Lampiran 8 Jurnal Bimbingan.....	87
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	88
Lampiran 10 Hasil Pengecekan Turnitin.....	91

ABSTRAK

Aldika Bayu Setiawan. 2026, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan Dan Pelatihan, Jumlah Kantor Terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada BPRS Indonesia Periode 2020 - 2024”.

Pembimbing : Rini Safitri, M.M

Kata Kunci : Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor, DPK, BPRS.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor terhadap penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS di Indonesia selama periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder berbentuk *time series* yang merujuk pada laporan Statistik Perbankan Syariah (SPS) tahun 2020 - 2024. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui *software* SPSS 26. Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap DPK (sig. 0,112). Sebaliknya, biaya pendidikan dan pelatihan serta jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap DPK dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,005 dan 0,000. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang membuktikan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga BPRS di Indonesia. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya investasi modal manusia dan perluasan jaringan kantor dalam memperkuat kinerja penghimpunan dana di BPRS.

ABSTRACT

Aldika Bayu Setiawan. 2026, *THESIS*. Title: “*The Effect of Promotion Costs, Education and Training Costs, and Number of Offices on Third Party Funds (DPK) at Indonesian BPRS for the Period 2020 - 2024*”.

Advisor : Rini Safitri, M.M

Keywords : *Promotional Costs, Education and Training Costs, Number of Offices, DPK, BPRS.*

This study was conducted to analyze the effect of promotion costs, education and training costs, and the number of offices on third party funds (DPK) collection at BPRS in Indonesia during the period 2020–2024. This study uses a quantitative method with data collection techniques through documentation. The data used is secondary time series data obtained from the 2020 - 2024 Islamic Banking Statistics (SPS) reports. Data analysis was performed using multiple linear regression through SPSS 26 software. Partially, the results of the study showed that the promotion cost did not have a significant impact on deposits (sig. 0.112). On the other hand, the cost of education and training and the number of offices have a significant effect on deposits with significance values of 0.005 and 0.000, respectively. Simultaneously, the results of the F test showed a significance value of 0.000, which proves that the three independent variables together have a significant effect on BPRS third-party funds in Indonesia. The results of this study highlight the importance of human capital investment and the expansion of office networks in strengthening the fundraising performance at BPRS.

خلاصة

ألدیکا بايو سيتوان. 2026. "تأثير تكاليف الترقية، تكاليف التعليم والتدريب، عدد المكاتب على أموال الأطراف الثالثة (DPK) في BPRS إندونيسيا للفترة 2020 - 2024".

المشرفة : ريني سافيتري، M.M.

الكلمات المفتاحية : تكاليف الترقية، تكاليف التعليم والتدريب، عدد المكاتب، DPK، BPRS.

أجريت هذه الدراسة لتحليل تأثير تكاليف الترقية، وتكاليف التعليم والتدريب، وعدد المكاتب على جمع الأموال من الأطراف الثالثة (DPK) في BPRS إندونيسيا خلال الفترة 2020-2024. تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية باستخدام تقنيات جمع البيانات من خلال التوثيق. البيانات المستخدمة هي بيانات ثانوية على شكل سلسلة زمنية تشير إلى تقرير إحصاءات المصرفية الشرعية (SPS) للفترة 2020 - 2024. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام انحدار خطي متعدد عبر برنامج SPSS 26. أظهرت نتائج الدراسة جزئياً أن تكلفة الترويج لم يكن لها تأثير كبير على الودائع (التوقيع 0.112). من ناحية أخرى، كان لتكلفة التعليم والتدريب وعدد المكاتب تأثير كبير على الودائع التي بلغت قيمتها ذات الدلالة 0.005 و 0.000 على التوالي. وفي الوقت نفسه، أظهرت نتائج اختبار F قيمة دلالة تبلغ 0.000، مما يثبت أن المتغيرات الثلاثة المستقلة معاً لها تأثير كبير على صناديق الأطراف الثالثة التابعة لـ BPRS في إندونيسيا. تسلط نتائج هذه الدراسة الضوء على أهمية الاستثمار في رأس المال البشري وتوسيع شبكات المكاتب في تعزيز أداء جمع التبرعات في BPRS.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pada keuangan syariah Indonesia mengalami pertumbuhan sangat cepat. Berbagai capaian pada industri ini dapat dilihat salah satunya dari keberhasilan Indonesia meraih posisi peringkat tiga dalam *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) Report 2024/2025 dengan skor *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) mencapai 99,9 dimana hal tersebut bisa memperkuat posisi Indonesia sebagai kekuatan utama dalam ekonomi syariah dunia (Kemenkeu, 2025). Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai potensi besar untuk terus maju dan berkembang pada sektor keuangan syariah. Keberhasilan tersebut juga didukung oleh kontribusi oleh perbankan syariah melalui pertumbuhan DPK, serta pembiayaan yang ditunjukkan pada nasabah.

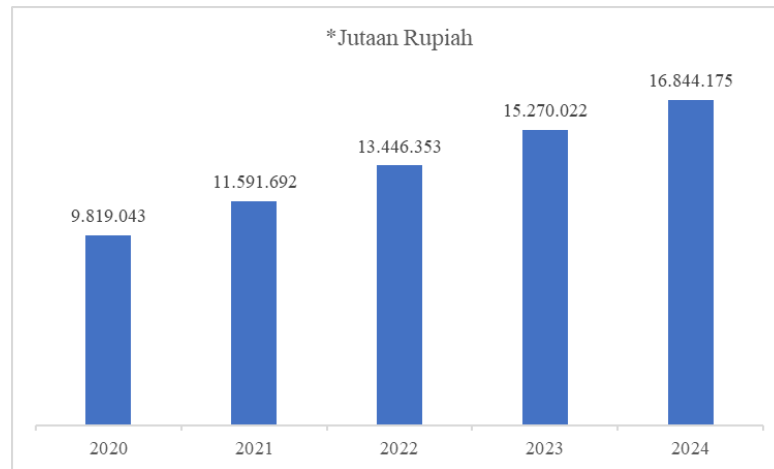
Salah satu pada lembaga keuangan syariah yang mempunyai peran penting adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berdasarkan regulasi yang tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008, bank syariah didefinisikan sebagai institusi keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, dengan klasifikasi yang mencakup Bank Umum Syariah (BUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Ismail, 2017). Bank ini berfokus pada pembiayaan sektor mikro, dan menengah, sekaligus menjadi sarana penghimpunan dana masyarakat. Keberadaannya sangat strategis karena mampu menjangkau kelompok masyarakat

yang belum sepenuhnya terlayani oleh bank umum syariah maupun bank konvensional (Husaeni, 2017).

Dalam operasionalnya, Dana Pihak Ketiga (DPK) memiliki peran vital sebagai sumber utama pendanaan bagi BPRS. DPK merupakan simpanan masyarakat di perbankan yang dikelola sebagai instrumen pendanaan utama untuk menunjang operasional bisnis bank (Budianto et al., 2023). Pertumbuhan DPK mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan sekaligus menjadi indikator kesehatan perbankan syariah, serta secara langsung memengaruhi volume pembiayaan yang dapat disalurkan oleh BPRS. Hal ini sejalan dengan fungsi intermediasi bank, yakni menghubungkan pihak yang memiliki kelebihan likuiditas dengan pihak yang membutuhkan injeksi modal guna menunjang aktivitas usaha (Supranata & Afif, 2022).

Data Statistik Perbankan Syariah OJK periode 2020-2024 mencatat bahwa perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS menunjukkan peningkatan konsisten dengan tren pertumbuhan yang positif. Berikut disajikan data rinci mengenai penghimpunan DPK pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia selama periode 2020–2024:

Gambar 1. 1 Pertumbuhan DPK BPRS 2020 - 2024



Sumber : <https://www.ojk.go.id>, diolah 2025

Grafik menunjukkan perkembangan DPK yang dihimpun oleh BPRS yang terdaftar pada OJK, pada periode 2020 hingga 2024 yang secara keseluruhan mengalami tren pertumbuhan konsisten setiap tahunnya. Pada tahun 2020, DPK tercatat sebesar Rp9.819.043 juta dan meningkat menjadi Rp11.591.692 juta pada 2021 atau tumbuh sekitar 18,1%. Pertumbuhan berlanjut di tahun 2022 dengan nilai Rp13.446.353 juta, naik sekitar 16% dari tahun sebelumnya, kemudian kembali meningkat pada 2023 menjadi Rp15.270.022 juta atau bertumbuh 13,6%. Hingga tahun 2024, penghimpunan DPK mencapai Rp16.844.175 juta, mengalami kenaikan 10,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Secara keseluruhan, dalam kurun lima tahun terakhir, DPK BPRS tumbuh hampir dua kali lipat dari Rp9,8 triliun pada 2020 menjadi Rp16,8 triliun pada 2024, yang mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap BPRS sebagai lembaga penyimpan dana.

Pertumbuhan DPK BPRS yang meningkat pada tahun 2020 – 2024 menjadikan sebuah kontradiksi, karena berdasarkan hasil *snapshot* perbankan

syariah di Indonesia (2024) menunjukkan posisi pangsa pasar (*market share*) masih relatif kecil dibandingkan lembaga perbankan konvensional. Datanya menunjukkan bahwa pada desember 2024 hasilnya mencapai 7,72%, yang berarti sekitar 92,28% aset perbankan nasional masih didominasi oleh bank konvensional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa daya saing perbankan syariah, termasuk dalam hal penghimpunan dana masyarakat, masih menghadapi tantangan besar, meskipun di Indonesia mayoritas penduduknya beragama muslim (Umar, 2021).

Berdasarkan jenis industrinya, juga terlihat adanya kesenjangan yang signifikan. Market share Bank Umum Syariah (BUS) tercatat mencapai 67,80%, diikuti oleh Unit Usaha Syariah (UUS) sebesar 29,65%. Sementara itu, kontribusi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hanya berada pada angka 2,55%. Angka persentase ini menunjukkan bahwa peran BPRS dalam mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah secara nasional masih sangat terbatas (OJK, 2024b). Penghimpunan DPK pada BPRS harus dibarengi dengan jangkauan BPRS itu sendiri yang mampu menjangkau masyarakat (Nur'aisyah et al., 2020). Artinya, BPRS perlu melakukan segala upaya agar dapat menjangkau masyarakat secara efektif sehingga masyarakat mampu menempatkan dananya pada BPRS.

Penghimpunan DPK pada BPRS dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk variabel internal yang bersumber dari dalam manajerial lembaga itu sendiri. Faktor internal ini pada dasarnya dapat dikelola dan dikendalikan oleh manajemen perusahaan sehingga berperan penting dalam menentukan keberhasilan strategi penghimpunan dana (Christian et al., 2021). Beberapa aspek internal yang memiliki pengaruh signifikan antara lain biaya promosi yang dialokasikan untuk

memperkenalkan produk serta meningkatkan daya tarik masyarakat, alokasi biaya pendidikan dan pelatihan ditujukan untuk penguatan kompetensi insani agar mampu merealisasikan pelayanan publik yang lebih optimal dan responsif, serta jumlah jaringan kantor yang mencerminkan luasnya aksesibilitas dan kedekatan BPRS dengan masyarakat. Ketiga faktor ini menjadi elemen penting yang dapat mendukung efektivitas BPRS dalam memperbesar perolehan DPK.

Biaya Promosi sangat penting dalam upaya penghimpunan DPK yang tidak dapat diabaikan. Alokasi biaya yang tepat untuk kegiatan promosi seperti periklanan, pemasaran digital, atau kegiatan sosialisasi berfungsi untuk mengedukasi masyarakat mengenai simpanan syariah yang ditawarkan, prinsip bagi hasil (*nisbah*) yang kompetitif, serta peran strategis BPRS dalam mendukung ekonomi mikro (Riskon, 2016). Promosi yang efektif dan masif dapat mengurangi kesenjangan informasi, menarik perhatian segmen masyarakat yang belum terjangkau (*unbanked*), dan pada akhirnya, mendorong mereka untuk menempatkan dananya di BPRS (Zahra, 2020). Dengan demikian, biaya promosi merupakan investasi strategis yang secara langsung diharapkan mampu meningkatkan daya tarik BPRS dan berkorelasi positif dengan volume DPK yang berhasil dihimpun (Lestari, 2009).

Selain strategi pemasaran, Biaya Pendidikan dan Pelatihan memegang peranan krusial sebagai investasi dalam sumber daya manusia BPRS. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penentu utama kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan (Maskur & Azizah, 2024). Dengan adanya pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan, kompetensi karyawan BPRS mulai dari *teller*,

customer service, hingga *account officer* dapat ditingkatkan (Hafifuddin, 2021). Kompetensi yang tinggi, khususnya dalam pemahaman produk syariah, etika layanan (akhlak), dan kemampuan komunikasi, memastikan bahwa nasabah mendapatkan informasi yang akurat, pelayanan yang ramah, dan pengalaman yang memuaskan (Faisol et al., 2022). Layanan prima yang didukung oleh SDM yang profesional menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan BPRS, meningkatkan loyalitas nasabah lama, menarik nasabah baru, dan pada akhirnya memperkuat tingkat kepercayaan masyarakat yang tercermin dalam pertumbuhan DPK (Fandini & Sunariani, 2020).

Faktor penentu internal lainnya adalah Jumlah Kantor, yang sangat krusial dalam membangun jangkauan dan kepercayaan publik. Meskipun era digital berkembang pesat, keberadaan kantor fisik, terutama di segmen mikro dan pedesaan yang menjadi fokus BPRS, masih sangat relevan untuk membangun *trust* dan memfasilitasi transaksi (Puteri, 2015). Menurut Putri (2024), di wilayah pedesaan atau daerah terpencil, muncul tantangan terutama terkait rendahnya literasi keuangan syariah dan keterbatasan infrastruktur pendukung. Di sejumlah kawasan dengan mayoritas penduduk Muslim yang belum terlayani secara optimal misalnya di beberapa daerah di Kalimantan atau Papua, bank syariah sering menghadapi kesulitan menjangkau calon nasabah karena keterbatasan lokasi strategis dan aksesibilitas. Sehingga keberadaan kantor fisik masih dipandang sebagai sarana yang lebih efektif untuk menarik nasabah serta memperluas inklusi keuangan hingga ke wilayah yang sulit dijangkau. Dengan semakin banyaknya kantor cabang, kantor kas yang tersedia, BPRS dapat mempermudah masyarakat

untuk membuka rekening, melakukan penyetoran, dan mendapatkan informasi secara langsung (Berutu, 2021).

Berbagai studi literatur sebelumnya menunjukkan adanya temuan yang bervariasi mengenai determinan internal yang menjadi faktor penentu volume Dana Pihak Ketiga (DPK). Misalnya, pada penelitian oleh Indrawan et al., (2023), Setiawan (2018), Sifki & Dalimunthe (2022) Marciandini & Zuhdi (2023) menunjukkan bahwa DPK dipengaruhi secara signifikan oleh alokasi biaya promosi, investasi pada pendidikan dan pelatihan karyawan, serta ekspansi jaringan kantor. Hasil temuan menegaskan bahwa strategi promosi yang tepat, peningkatan kompetensi SDM melalui program pendidikan dan pelatihan, serta perluasan jaringan kantor meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menyimpan dananya pada bank syariah. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Nopitasari (2019) dan Ralig (2024) menemukan bahwa variabel alokasi biaya promosi, alokasi pengeluaran untuk biaya pendidikan dan pelatihan, serta kuantitas kantor cabang tidak memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK). Kesenjangan dalam temuan-temuan tersebut mengindikasikan belum adanya keseragaman hasil pada studi terdahulu, yang menunjukkan betapa signifikannya dampak faktor internal terhadap efektivitas penghimpunan dana.

Dengan adanya kesenjangan temuan (*research gap*) ini, diperlukan kajian lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman mengenai faktor internal pendorong pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia secara komprehensif. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait pengaruh alokasi biaya promosi, alokasi pengeluaran untuk biaya

pendidikan dan pelatihan, serta ekspansi jumlah kantor dalam meningkatkan penghimpunan DPK. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan serta adanya perbedaan hasil pada penelitian-penelitian terdahulu, penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan fokus pada variabel-variabel tersebut. Tujuannya adalah untuk menganalisis sejauh mana faktor alokasi biaya promosi, alokasi pengeluaran untuk pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor dapat memengaruhi keberhasilan BPRS dalam menghimpun dana masyarakat. Sebagai wujud konkret dari fokus tersebut, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia Periode 2020–2024”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia periode 2020 – 2024?
2. Apakah Biaya Pendidikan dan Pelatihan berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia periode 2020 – 2024?
3. Apakah Jumlah Kantor berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia periode 2020 – 2024?
4. Apakah Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor berpengaruh secara simultan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia periode 2020 – 2024?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Biaya Promosi yang dirasakan terhadap DPK pada BPRS Indonesia periode 2020 –2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan yang dirasakan terhadap DPK pada BPRS Indonesia periode 2020–2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh Jumlah Kantor yang dirasakan terhadap DPK pada BPRS Indonesia periode 2020–2024.
4. Untuk menganalisis pengaruh simultan antara Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, dan Jumlah Kantor terhadap DPK pada BPRS Indonesia periode 2020–2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi DPK pada BPRS Indonesia. Fokus utamanya pada peran biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan (SDM), serta jumlah kantor (ekspansi jaringan). Hasilnya diharapkan memperkuat teori terkait dan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam menilai kinerja BPRS.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi UIN Malang, penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik bidang perbankan syariah dan mendukung pengembangan keilmuan.
- b. Bagi manajemen BPRS, hasil penelitian ini menyajikan data empiris untuk mendukung keputusan strategis, khususnya dalam mengelola anggaran promosi, pelatihan SDM, dan ekspansi kantor agar lebih efektif dan efisien.
- c. Bagi OJK, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan yang mendorong peningkatan kualitas SDM dan perluasan jaringan BPRS, sehingga berdampak positif pada penghimpunan DPK.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, berikut merupakan beberapa temuan dari studi-studi sebelumnya yang meneliti dengan variabel Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia yang sejenis dengan penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hieronimus Erwin Indrawan, Suci Dwi Purwati, Amalia Tresna Fadhillah, Yudha Febri Al Paksi, Woro Dwi Hartanty (2023)	The influence of promotional costs on third party finds at PT. Bank BRI Syariah Indonesia	Variabel Independen: Promotion Costs Variabel Dependen: Third Party Finds	Metode Analisis Regresi Linier	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga.
2.	R. Bambang Budhijana (2022)	Factors Affecting Sharia Banking Market Share in Indonesia 2018	Variabel Independen: Promotional Costs, Education & Training Costs,	Metode <i>Dynamic Tauhidi String Relations</i> (TSR)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi, biaya pelatihan dan pendidikan, serta rencana strategis

			Government Strategic Plans Variabel Dependen: Market Share		pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap market share.
3.	Ridwansyah, Nur Wahyu Ningsih, Sinta Ayu Purnamasari (2020)	The Importance of Promotion Costs and Training Costs for Islamic Rural Bank in Indonesia by BPRudent	Variabel Independen: Promotion Costs, Training Costs Variabel Dependen: Profitability	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
4.	Molbi Febrio Harsanto (2020)	The Influence of Promotion Cost, Education and Training Cost, and Government's Strategic Planning toward Market Share of Islamic Banking in Indonesia	Variabel independen: Promotion Cost, Education and Training Cost, Government's Strategic Planning Variabel dependen: Market Share	Metode Regresi Dengan Lag 1 (<i>Period Lagged Dynamic Model</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi, biaya pendidikan & pelatihan, dan perencanaan strategis pemerintah berpengaruh signifikan terhadap market share.
5.	Rahmat Hidayat & Agus Maolana Hidayat (2013)	The Role of Training and Promotion to Increase The 3rd Party Funds Indonesian Islamic Banking	Variabel Independen: Training Cost, Promotion Cost Variabel Independen: 3rd-party funds	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Hasil penelitian tersebut Biaya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga. Sedangkan biaya pelatihan tidak berpengaruh

					terhadap daana pihak ketiga.
6.	Shalsabila Marciandini & Ramzi A. Zuhdi (2023)	Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Jumlah Kantor, Dan Ukuran Bank Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Di Indonesia	Variabel Independen: Tingkat Bagi Hasil, Jumlah Kantor, Ukuran Bank Variabel Dependen: Dana Pihak Ketiga	Metode Analisis Regresi Data Panel	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap DPK sedangkan jumlah kantor dan ukuran bank berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga.
7.	Nurhidayat us Sifki & Ibram Pinondang Dalimunthe (2022)	Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah	Variabel Independen: Bagi Hasil, Biaya Promosi, Jumlah, Efisiensi Operasional, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Deposito Mudharabah	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bagi hasil dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah simpanan mudharabah . Sedangkan biaya promosi dan efisiensi operasional tidak berpengaruh terhadap jumlah simpanan mudharabah.
8.	Ratih Hastasari & Suharini (2021)	Pengaruh Biaya Diklat, Jumlah Kantor, dan Jumlah Tenaga Kerja pada Laba Perbankan Syariah	Variabel Independen: Biaya Diklat, Jumlah Kantor, Jumlah Tenaga Kerja	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya diklat berpengaruh secara signifikan terhadap laba. Sedangkan,

			Variabel Dependen: Laba		variabel jumlah kantor dan jumlah tenaga kerja secara signifikan tidak mempengaruhi laba.
9.	Setiawan (2018)	Determinan Penentu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia	Variabel Independen: BOPO, Biaya Pelatihan, Biaya Promosi, FDR, jumlah jaringan kantor, NPF Variabel Dependen: Dana Pihak Ketiga	Metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bopo, biaya pelatihan, biaya promosi, fdr, jumlah jaringan kantor, npf berpengaruh terhadap dana pihak ketiga.
10.	Fachrunnis a (2017)	Biaya Promosi dan Penghimpun an Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Variabel Independen: Biaya Promosi Variabel Dependen: Dana Pihak Ketiga	Metode Regresi <i>Auto Regressive Distributed Lag</i> (ARDL)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan dana pihak ketiga.
11.	Nurisma Fuadiyatu Zakki & Ditya Permatasari (2020)	Pengaruh Suku Bunga BI Rate, Equivalent Rate dan Jumlah Kantor terhadap Penghimpun an Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Umum	Variabel Independen: Suku Bunga BI Rate, Equivalent Rate, Jumlah Kantor Variabel Dependen: Dana Pihak Ketiga	Metode Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa BI rate, equivalent rate, dan jumlah kantor berpengaruha positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga.

		Syariah (Studi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2014–2018)			
12.	M. Nur Rianto Al Arif (2010)	Efektifitas Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpun an Dana Pihak Ketiga Di Bank Syariah	Variabel Independen : Biaya Promosi, Biaya Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) Variabel Dependen : Dana Pihak Ketiga	Metode Analisis Regresi <i>Ordinary Least Square</i>	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya pendidikan serta pelatihan berpengaruh positif signifikan terhadap penghimpunan dana pihak ketiga.

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel Penelitian Terdahulu 2.1, penelitian sebelumnya telah memperlihatkan hasil bahwa variabel biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada perbankan syariah. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian (*inconsistency gap*), terutama terkait pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, jumlah kantor terhadap indikator kinerja perbankan syariah seperti DPK, profitabilitas, dan *market share*. Sebagian penelitian menemukan pengaruh yang signifikan dan positif, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada bank umum syariah, sementara kajian yang secara khusus meneliti Bank Pembiayaan

Rakyat Syariah (BPRS) masih sangat terbatas. Padahal, BPRS memiliki karakteristik yang berbeda dari bank umum, terutama dalam hal cakupan wilayah, nasabah, serta pola penghimpunan DPK.

Dari sisi waktu penelitian, mayoritas studi terdahulu dilakukan sebelum tahun 2020, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi pasca-pandemi COVID-19 hingga tahun 2024 yang membawa dampak signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam menabung di lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, terdapat kesenjangan periode (*time gap*) yang membuat penelitian terbaru pada rentang waktu 2020–2024 menjadi penting untuk dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi studi sebelumnya dengan fokus pada pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) BPRS Indonesia.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Sumber Daya Perusahaan (*Resource-Based View*)

Teori *Resource-Based View* (RBV) pertama kali dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) pada karyanya yang berjudul “*A Resource-based view of the firm*” kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Barney (1991) “*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*” yang menjelaskan pentingnya sumber daya dan kapabilitas dari internal organisasi dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBV sendiri berfokus pada pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya yang harus memenuhi syarat VRIN: *Valuable* (bernilai), *Rare* (langka), *Inimitable* (sulit ditiru), dan *Non-*

substitutable (tidak dapat digantikan) agar dapat memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Barney & Ray, 2015). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang menitikberatkan pada pengembangan kompetensi serta memanfaatkannya melalui cara-cara yang baru dan inovatif guna mencapai tujuan. Fokus utamanya terletak pada pemanfaatan sumber daya secara kreatif dan menantang untuk membangun kompetensi inti perusahaan.

Dalam teori RBV, sumber daya perusahaan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu berwujud dan tidak berwujud. Sumber daya berwujud mencakup aset fisik seperti tanah, bangunan, mesin, peralatan, dan modal yang dapat dengan mudah diperoleh di pasar, sehingga memberikan keuntungan kompetitif yang terbatas karena pesaing dapat dengan cepat memiliki aset serupa. Sebaliknya, sumber daya tidak berwujud meliputi hal-hal yang tidak memiliki bentuk fisik namun tetap memberikan nilai penting bagi perusahaan, seperti reputasi, merek dagang, pengetahuan, kapabilitas manusia, teknologi, dan budaya perusahaan. Berbeda dari aset fisik, sumber daya tidak berwujud membutuhkan waktu lama untuk dibangun dan tidak dapat dibeli di pasar, sehingga menjadi faktor utama dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Sekretariat KKMB, 2023).

Terkait dengan penelitian ini, Teori *Resource-Based View* (RBV) menjadi landasan teoretis yang kuat, melihat keberhasilan BPRS dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) selama periode 2020–2024 sebagai fungsi dari pengelolaan sumber daya internal yang unik. Dalam kerangka RBV, Biaya

Pendidikan dan Pelatihan (X2) berfungsi sebagai investasi dalam pengetahuan dan kapabilitas manusia yang unik dan sulit ditiru, sementara Biaya Promosi (X1) membangun reputasi bervalu yang krusial bagi BPRS. Selain itu, Jumlah Kantor (X3) dimaksudkan sebagai aset berwujud, menyediakan platform fisik untuk implementasi kapabilitas. Dengan mengintegrasikan dan memanfaatkan secara efektif modal manusia, modal reputasi, dan jaringan fisik dalam pelayanan Syariah BPRS dapat menciptakan posisi unik yang sulit ditiru. Keunggulan bersaing internal yang tercipta melalui investasi strategis ini pada akhirnya menjadi mekanisme kausal utama yang mendorong kepercayaan nasabah dan diharapkan dapat meningkatkan volume dana pihak ketiga yang dihimpun oleh BPRS.

2.2.2 Dana Pihak Ketiga (DPK)

Berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008, tugas pokok bank adalah menghimpun serta menyalurkan dana melalui produk serta layanan yang ditawarkan kepada masyarakat. Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah memerlukan sumber dana untuk menjalankan fungsinya, yang salah satunya berasal dari Dana Pihak Ketiga (DPK). Menurut Kasmir (2014), DPK adalah dana yang berasal dari masyarakat luas dan menjadi salah satu sumber utama dalam menjalankan kegiatan operasional bank dalam bentuk simpanan giro, tabungan, deposito (simpanan berjangka). Menurut Veithzal Rivai (2013), dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari penghimpunan dana masyarakat secara umum, baik dari perseorangan, badan usaha, lembaga pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan, serta institusi lainnya, baik dalam denominasi rupiah

maupun mata uang asing. Pada umumnya, dana yang bersumber dari masyarakat ini menjadi komponen terbesar dalam struktur pendanaan bank. Berikut merupakan sumber dana pihak ketiga:

1. Tabungan

Menurut Anshori (2018) Tabungan merupakan simpanan yang pencairannya hanya dapat dilakukan berdasarkan ketentuan yang telah disepakati bersama antara nasabah dan pihak bank. Simpanan ini hanya dapat dicairkan dengan nasabah datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan dan slip penarikan, atau menggunakan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Berdasarkan Pasal 1 Ayat 21 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tabungan diartikan sebagai simpanan dana masyarakat yang pengelolaannya dilakukan berdasarkan prinsip syariah.

Pengelolaan Tabungan yaitu melalui penggunaan akad wadi'ah (titipan) yang dimana dapat digunakan untuk nasabah dengan tujuan hanya untuk menyimpan saja, sementara nasabah yang bertujuan menabung untuk mendapatkan keuntungan dapat menggunakan akad mudharabah (bagi hasil). Mekanisme mudharabah yaitu nasabah (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak bank menjadi pengelola dana (*mudharib*) dalam suatu kegiatan produktif, dengan porsi keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati pada saat akad pembukaan rekening (Anshori, 2018).

Dalam kehidupan, manusia wajib untuk menjaga dan mengelola harta atau rezeki yang diberikan oleh Allah SWT, dengan sebaik mungkin.

Hal tersebut terdapat dalam Al-Qur'an pada Surah Al-Muzzamil ayat 20, dijelaskan sebagai berikut:

... وَأَحْرُُونَ يَظِرُّونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...

Artinya : “...dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT...” (QS. Al-muzammil/73:20)

Menurut Tafsir *Al-Muyassar* oleh kementerian agama Saudi Arabia, ayat ini memberi keringanan dalam beribadah malam dan menegaskan bahwa selain orang yang beribadah, ada juga orang yang mencari nafkah dan berjihad di jalan Allah, yang semuanya mendapatkan balasan baik dari Allah di hari kiamat. Allah bertindak untuk membaca ayat yang mudah dari Al-Qur'an, menjaga shalat, menunaikan zakat, dan bersedekah dalam mencari rangka ridha Allah SWT.

Dari ayat dan tafsir tersebut, dapat dipahami bahwa Islam memberikan dorongan bagi umatnya untuk berusaha secara produktif dan memanfaatkan potensi ekonomi secara halal. Dalam konteks perbankan modern, semangat ini tercermin dalam praktik tabungan mudharabah, di mana nasabah dan bank bekerja sama dalam kegiatan usaha yang berlandaskan prinsip syariah (Anshori, 2018). Oleh karena itu, dapat di tarik kesimpulan bahwa Allah SWT memberkahi setiap aktivitas produktif mencari rezeki yang halal sebagai bagian dari kehidupan dan ketaatan kepada-Nya, yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

2. Deposito

Deposito berjangka atau *time deposit* merupakan jenis simpanan yang pencairannya hanya dapat dilakukan pada waktu yang telah disepakati sesuai perjanjian antara nasabah penyimpan dan pihak bank. Umumnya, jangka waktu penyimpanan deposito ini berkisar antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, hingga 24 bulan (Amanda et al., 2024). Berdasarkan Pasal 1 Ayat 22 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan Akad mudharabah dengan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan lembaga perbankan syariah.

Produk deposito juga diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 03/DSN-MUI/IV/2000, yang memaparkan tata cara pelaksanaan transaksi agar selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa jenis deposito yang dibenarkan dalam sistem perbankan syariah adalah deposito yang menggunakan akad mudharabah. Hal tersebut juga selaras dengan dasar hukumnya yaitu pada Surat An-Nisa' Ayat 29 yang dijelaskan sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu...*” (QS. An-Nisa'/4:29)

Tafsir *Al-Misbah* oleh Quraish Shihab juga menekankan bahwa ayat ini mengingatkan larangan menganiaya dengan mengambil harta orang lain secara batil dan memberikan keringanan hanya untuk transaksi yang dilakukan atas dasar suka sama suka (*'an tarāḍin*), sehingga memperkuat prinsip keadilan dan kerjasama saling menguntungkan dalam muamalah.

Dari ayat dan tafsir tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip dasar sahnya transaksi, yaitu harus berupa perniagaan yang dilaksanakan atas dasar kerelaan (*'an tarāḍin*) dari kedua belah pihak. Dalam kegiatan muamalah melarang praktik yang mengandung unsur kezaliman atau riba, sehingga prinsip tersebut sejalan dengan mekanisme deposito dengan akad mudharabah yang berlandaskan pada keadilan, kerelaan, dan kerja sama yang saling menguntungkan antara pemilik modal dan pengelola dana (Ziarahah & Anwar, 2023). Oleh karena itu, larangan dalam ayat ini bukan hanya soal keharaman mengambil harta orang lain secara batil, tetapi juga menekankan pentingnya transaksi yang berlandaskan kerelaan dan keadilan antara para pihak dalam muamalah.

3. Giro

Giro merupakan simpanan di bank yang dapat ditarik kapan saja, artinya dana yang disimpan dalam rekening giro bisa diambil setiap waktu selama nasabah memenuhi ketentuan dan persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak bank (Anshori, 2018). Berdasarkan Pasal 1 Ayat 22 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Giro adalah Simpanan berdasarkan Akad wadi'ah atau mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat

dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindah bukuan. Perbedaan utama antara kedua akad tersebut terletak pada orientasi penggunaannya dimana giro wadiah bersifat titipan tanpa imbal hasil tetapi bank diperbolehkan memberikan bonus, sedangkan giro mudharabah bersifat investasi dengan potensi bagi hasil (Riyanto & Paramansyah, 2019).

Kesimpulannya adalah bahwa DPK pada perbankan syariah memiliki fungsi strategis, antara lain sebagai sumber likuiditas bank, dasar penyaluran pembiayaan, serta penunjang keberlanjutan operasional melalui produk Tabungan, Giro, dan Deposito. Oleh karena itu, kemampuan bank dalam menghimpun DPK menjadi salah satu indikator utama kesehatan dan kinerja perbankan. Peningkatan DPK yang berkesinambungan mencerminkan keberhasilan perbankan dalam menarik dan mempertahankan kepercayaan publik.

2.2.3 Biaya Promosi

A. Pengertian Biaya Promosi

Promosi menurut Kotler & Keller (2009), promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan manfaat produk serta meyakinkan konsumen sasaran agar tertarik melakukan pembelian. Tentunya dalam pelaksanaan kegiatan promosi memerlukan pengeluaran biaya dari pihak perusahaan atau penjual. Menurut Rismawati & Nurhasanah (2024) Biaya promosi merupakan pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan untuk menyampaikan informasi

dari penjual kepada pembeli dengan tujuan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen, dari yang awalnya tidak mengenal produk menjadi tertarik membeli serta terus mengingat produk tersebut. Selain itu, penelitian lain menyatakan bahwa biaya promosi mencakup segala biaya dan pengeluaran yang berhubungan dengan pemasaran, promosi, dan penjualan produk di wilayah, termasuk namun tidak terbatas pada, iklan, biaya agensi, materi, urusan medis, pertemuan, serta, kecuali jika secara khusus dikecualikan, biaya yang dialokasikan untuk tenaga penjualan (Saptadi et al., 2024).

B. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari promosi adalah menciptakan minat, meningkatkan kesadaran, serta mendorong pelanggan yang potensial untuk melakukan pembelian. (Darsana et al., 2023). Selain itu, promosi juga bertujuan untuk menstabilkan penjualan selama masa penurunan dan menonjolkan nilai tambah produk kepada konsumen (Saptadi et al., 2024). Dengan demikian, promosi merupakan alat komunikasi persuasif yang penting dalam strategi pemasaran untuk mendorong perkembangan bisnis dan memperkuat posisi produk di pasar.

C. Faktor yang mempengaruhi Promosi

Kegiatan promosi sendiri dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal biasanya terkait dengan tekanan manajer produk untuk terus meningkatkan penjualan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup persaingan ketat antar perusahaan, efektivitas iklan

yang menurun akibat biaya tinggi, media yang padat, serta adanya pembatasan regulasi (Ginting, 2011). Dalam praktiknya, promosi dapat dilakukan melalui bauran promosi (*promotion mix*) yang meliputi kegiatan iklan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat (Purbohastuti, 2017). Melalui kombinasi strategi tersebut, perusahaan diharapkan mampu menjaga daya saing sekaligus memenuhi tuntutan konsumen terhadap produk maupun layanan yang ditawarkan.

Dalam perbankan syariah, promosi adalah aktivitas vital sebagai media informasi untuk memperkenalkan produk, mengedukasi masyarakat, dan membangun kesadaran merek (*Brand Awareness*). Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi memerlukan promosi untuk memperluas jangkauan, menumbuhkan citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan basis nasabah yang ada (Tactria et al., 2012). Artinya semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh BPRS, semakin luas jangkauan informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah dan volume dana pihak ketiga yang dihimpun.

2.2.4 Biaya Pendidikan dan Pelatihan

A. Pengertian Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan umum seseorang, termasuk pemahaman teoritis yang dibutuhkan dalam menyelesaikan berbagai persoalan terkait upaya

pencapaian tujuan. Sedangkan Pelatihan adalah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kerja melalui pemberian pengetahuan praktis serta penerapannya guna mendukung pencapaian tujuan (Burhanuddin, 2015). Dari pengertian tersebut dapat di artikan bahwa investasi pada sumber daya manusia, seperti pendidikan dan pelatihan, akan meningkatkan kompetensi, keterampilan, dan produktivitas tenaga kerja.

Menurut Wulandari (2020), bentuk pendidikan dan pelatihan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Jenis Pendidikan

1) Seminar diluar

Merupakan salah satu bentuk pendidikan yang diberikan kepada karyawan, dimana perusahaan dan perguruan tinggi menyelenggarakan seminar atau konferensi pengembangan manajemen, baik secara daring maupun melalui kelas tatap muka. Dalam kegiatan ini, peserta pelatihan biasanya diminta menyusun makalah yang memuat berbagai permasalahan di tempat kerja beserta solusi yang diusulkan, kemudian mempresentasikannya. Makalah tersebut selanjutnya dinilai oleh panel ahli yang memiliki kompetensi di bidang terkait, seperti manajer dari industri sejenis atau akademisi dari universitas, untuk memberikan analisis dan ulasan mendalam sesuai keahliannya.

2) Progam Kuliah

Merupakan bentuk pelatihan yang disediakan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawannya melalui pendidikan lanjutan di perguruan tinggi. Universitas atau kampus memberikan berbagai materi pengembangan, seperti kepemimpinan dan keterampilan supervisi, dengan pendekatan pembelajaran berbasis kasus dan perkuliahan. Melalui program ini, karyawan dibekali kemampuan manajerial yang lebih baik untuk mendukung kinerja mereka di lingkungan kerja.

3) *Problem based learning*

Merupakan teknik pengembangan di mana tim yang terdiri atas para manajer berkompetisi dalam pengambilan keputusan melalui simulasi komputer yang dirancang menyerupai situasi nyata. Metode ini biasanya diawali dengan penyampaian materi dasar secara klasikal di kelas, kemudian peserta dibagi ke dalam kelompok kecil yang disebut kelompok rumah. Dalam kelompok tersebut, pelatih memberikan artikel berisi permasalahan yang harus dipecahkan. Peserta kemudian diorganisasi kembali ke dalam kelompok pakar berdasarkan jenis masalah yang ditemukan atau ditugaskan, untuk mendiskusikan solusi yang paling sesuai. Setelah itu, setiap peserta kembali ke kelompok rumah masing-masing untuk memaparkan hasil diskusi kelompok pakar dan membahas ulang temuan awal secara kolaboratif.

b. Jenis Pelatihan

1) Pendekatan *Coaching*

Merupakan teknik pelatihan yang efektif untuk membantu karyawan mengembangkan potensinya. Dalam proses ini, coach lebih banyak mengajukan pertanyaan karena coaching dipandang sebagai “*The art of asking question*” yang memungkinkan coachee menemukan akar masalah serta solusinya secara mandiri. Coachee dianggap telah memiliki kemampuan dasar yang memadai sehingga coach tidak perlu memberikan pengetahuan teknis tambahan. Untuk kelancaran proses, coach biasanya menyiapkan daftar pertanyaan sebelum sesi dimulai. Dalam praktik pelatihan, peserta dapat bekerja langsung dengan manajer senior atau individu yang posisinya akan digantikan, dan mereka bertanggung jawab atas proses coaching tersebut. Melalui mekanisme ini, pemain pengganti biasanya mengambil alih sebagian tugas eksekutif untuk memberi kesempatan bagi peserta pelatihan mempelajari pekerjaan secara langsung.

2) Pembelajaran Tindakan atau Penugasan Khusus

Merupakan metode pelatihan di mana peserta program manajemen diberikan kesempatan bekerja penuh waktu untuk menganalisis serta menyelesaikan masalah pada departemen lain. Biasanya, dibentuk sebuah tim yang ditugaskan untuk menangani isu bisnis yang nyata. Selanjutnya, manajer senior yang memberikan

proyek akan menilai dan menentukan apakah rekomendasi yang diajukan tim tersebut akan diterima.

3) Magang di tempat kerja

Merupakan proses terstruktur yang dirancang untuk membentuk pekerja terampil melalui perpaduan antara pembelajaran formal dan pelatihan kerja jangka panjang yang dilakukan langsung di tempat kerja, biasanya di bawah bimbingan tenaga ahli.

B. Pengertian Biaya Pendidikan dan Pelatihan

Biaya pendidikan dan pelatihan merupakan seluruh pengeluaran perusahaan dalam penyelenggaraan program pengembangan SDM, baik formal maupun nonformal. Biaya ini meliputi honor instruktur, penyediaan materi, fasilitas, hingga kompensasi waktu bagi karyawan (Mangkuprawira, 2011). Haris (2019) disebutkan bahwa pengeluaran ini terkait dengan program pelatihan dan pendidikan bagi personel administrasi dan calon operator yang siap melaksanakan tugas operasional bisnis. Oleh karena itu, Tenaga kerja yang terdidik dan terlatih dengan baik diharapkan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah.

C. Tujuan Pendidikan dan Pelatihan

Tujuan utama pendidikan dan pelatihan adalah meningkatkan kompetensi SDM agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis serta berkontribusi optimal bagi perusahaan. Menurut Simamora

(2004) menekankan bahwa pelatihan bermanfaat dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas, membentuk sikap dan loyalitas kerja, mempercepat proses pencapaian standar kinerja, memenuhi kebutuhan perencanaan SDM, menekan biaya dan risiko kecelakaan, serta mendorong pengembangan pribadi karyawan.

D. Faktor yang Mempengaruhi Biaya Pendidikan dan Pelatihan

Biaya yang terkait dengan pendidikan dan pelatihan memiliki efek berantai sebab akibat, bukan efek langsung pada uang pihak ketiga. Pertama, sumber daya manusia suatu bank akan berkualitas lebih tinggi jika berinvestasi dalam pendidikan dan pelatihan. (Muzdalifah, 2020). SDM yang terlatih dengan baik akan memberikan kualitas layanan yang unggul, yang kemudian akan membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kepercayaan tersebut menjadi sangat penting dalam konteks perbankan syariah karena menjadi daya tarik utama penghimpunan DPK, menggantikan peran bunga (Iffah et al., 2018). Dengan demikian, biaya pendidikan dan pelatihan menjadi investasi strategis untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan pertumbuhan DPK.

2.2.5 Jumlah Kantor

A. Pengertian Jumlah Kantor

Menurut KBBI, sebuah bangunan (rumah, ruangan) tempat pekerjaan dilakukan, baik untuk bisnis maupun hal lainnya, disebut kantor. Jumlah kantor merupakan representasi dari tingkat penyebaran dan

jangkauan suatu lembaga keuangan, termasuk bank, dalam melayani masyarakat. Menurut Kasmir (2014), jumlah kantor cabang yang dimiliki suatu bank menunjukkan seberapa luas cakupan layanan yang dapat diberikan kepada nasabah. Semakin banyak kantor yang tersedia, diharapkan semakin mudah aksesibilitas masyarakat untuk mendapatkan layanan perbankan, dan sebaliknya lembaga perbankan dapat meningkatkan penghimpunan Dana Pihak Ketiga.

B. Jenis Jaringan Kantor

Berdasarkan Jaringan kantor bank terdiri dari kantor pusat, kantor regional, kantor cabang, kantor sub-cabang, dan kantor kas, sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 6/POJK.03/2016, yang mengatur kegiatan usaha dan jaringan kantor berdasarkan modal inti bank (OJK, 2016).

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Biaya Promosi dengan DPK

Promosi adalah aktivitas vital sebagai media informasi untuk memperkenalkan produk, mengedukasi masyarakat, membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dan minat (*interest*) calon nasabah. Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi memerlukan promosi sebagai aktivitas vital untuk memperluas jangkauan, menumbuhkan citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan basis nasabah yang ada (Tactria et al., 2012). Kepercayaan ini adalah faktor kunci yang mendorong nasabah untuk menempatkan dana mereka. Hal ini juga didukung penelitian terdahulu oleh Indrawan et al., (2023)

yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga (DPK). Oleh karena itu, ketika sebuah bank secara aktif dan konsisten mempromosikan produk simpanannya (seperti tabungan, giro, dan deposito), bank tersebut akan lebih dikenal dan dianggap lebih kredibel dibandingkan para pesaingnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin besar alokasi biaya promosi yang dikeluarkan oleh sebuah bank, maka akan semakin meningkat pula kemampuan bank tersebut dalam menarik dan menghimpun Dana Pihak Ketiga dari masyarakat.

2.3.2 Hubungan Biaya Pendidikan dan Pelatihan dengan DPK

Haris (2019) menyatakan bahwa biaya terkait dengan program pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja administrasi maupun calon operator yang dipersiapkan menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Dalam perbankan syariah, karyawan sebagai lini depan (*frontliner*) seperti *teller* dan *customer service* adalah representasi langsung dari bank kepada nasabah. Kualitas layanan yang mereka berikan menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas nasabah. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi (*skill*), pengetahuan produk (*product knowledge*), dan kemampuan pelayanan (*service excellence*) karyawan. Karyawan yang terlatih dengan baik akan mampu memberikan pelayanan yang prima seperti menjelaskan produk simpanan secara lebih efektif, memberikan solusi keuangan yang tepat, dan menangani keluhan nasabah secara profesional, sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Peningkatan kualitas layanan akan berdampak positif terhadap loyalitas nasabah (Aini & Safitri, 2022; Al-Ghifari & Khusnudin, 2022). Nasabah yang puas tidak hanya akan loyal dan tetap menyimpan dananya di bank tersebut, tetapi juga berpotensi merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain melalui *word-of-mouth* (Azizah et al., 2024). Penelitian sebelumnya oleh Hastasari dan Suharini (2021a) jumlah kantor memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah. Oleh karena itu, peningkatan anggaran untuk pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan, yang pada akhirnya berdampak positif pada penghimpunan Dana Pihak Ketiga.

2.3.3 Hubungan Jumlah Kantor dengan DPK

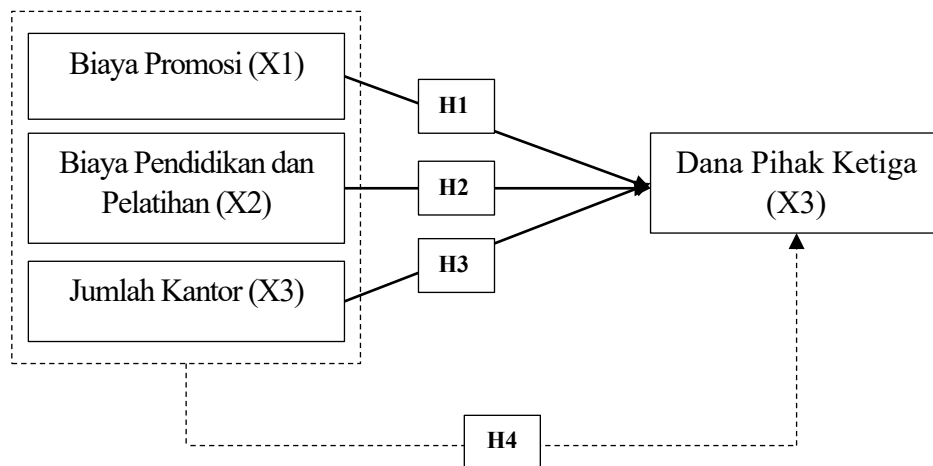
Jumlah kantor merupakan indikator dari luasnya jaringan operasional suatu bank. Semakin banyak kantor cabang yang dimiliki, maka semakin mudah akses masyarakat untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi terkait produk perbankan. Perluasan jaringan kantor dapat memperluas jangkauan pelayanan kepada masyarakat, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat posisi bank dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zakki dan Permatasari (2020), terdapat hubungan positif antara jumlah kantor dan DPK. Artinya, setiap peningkatan jumlah kantor akan diikuti dengan peningkatan jumlah DPK. Kondisi tersebut disebabkan oleh semakin banyaknya fasilitas kantor yang disediakan oleh bank syariah, sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih optimal kepada nasabah.

Dengan demikian, peningkatan jumlah kantor diharapkan berbanding lurus dengan peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga, karena semakin banyak titik layanan akan memperbesar potensi perolehan dana dari berbagai wilayah.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep berikut digunakan untuk memahami pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Variabel bebas/independen (X) dalam penelitian ini adalah Biaya Promosi (X1), Biaya Pendidikan dan Pelatihan (X2), Jumlah Kantor (X3) dan variabel terikat/dependen (Y) adalah Dana Pihak Ketiga/DPK. Berikut ini adalah desain dari penelitian ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2025

Keterangan :

—— : Uji t (Persial)

---- : Uji f (Simultan)

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara berbasis norma-norma terkait pada suatu kasus penelitian atau fenomena yang kemudian akan diuji dengan suatu metode atau statistika yang tepat (Yam & Taufik, 2021). Adapun hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut :

2.5.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap DPK

Biaya promosi merupakan langkah strategis untuk memperkenalkan produk, membangun kesadaran merek (*brand awareness*), serta membangun citra positif BPRS di mata masyarakat. Citra yang kuat dan kepercayaan publik yang meningkat diharapkan akan mendorong minat calon nasabah untuk menempatkan dananya, sehingga diduga semakin tinggi biaya promosi yang dialokasikan, maka akan semakin besar pula perolehan DPK. Penelitian terdahulu oleh Indrawan et al., (2023) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap dana pihak ketiga. Sementara itu, penelitian yang mendukung oleh Budhijana (2022) menyatakan bahwa biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan berpengaruh signifikan terhadap pangsa pasar, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan penghimpunan dana dari pihak ketiga. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Hermawan & Wahyuati (2018) melalui alokasi promosi yang besar, perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek sekaligus menarik minat masyarakat untuk menabung. Dengan demikian, peningkatan biaya promosi akan sejalan dengan meningkatnya dana pihak ketiga yang dihimpun perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

H1 : Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia.

2.5.2 Pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan terhadap DPK

Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan berdampak langsung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Karyawan yang kompeten, komunikatif, dan memiliki pemahaman produk syariah yang mendalam mampu memberikan kepuasan dan membangun loyalitas nasabah yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan bank yaitu Dana Pihak Ketiga. Penelitian oleh Harsanto (2020) menguatkan temuan Budhijana (2022) dengan hasil bahwa biaya promosi, pendidikan dan pelatihan, berpengaruh signifikan terhadap pangsa pasar. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

H2 : Biaya pendidikan dan pelatihan berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia.

2.5.3 Pengaruh Jumlah Kantor terhadap DPK

Jaringan kantor yang luas merupakan representasi fisik dari jangkauan dan aksesibilitas layanan BPRS. Keberadaan kantor fisik juga meningkatkan visibilitas dan persepsi kredibilitas bank, yang pada akhirnya diharapkan dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan DPK. Semakin mudah nasabah menemukan dan mengakses layanan perbankan, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk membuka rekening dan menyimpan dananya.

Penelitian sebelumnya oleh Zakki dan Permatasari (2020) menyatakan jumlah kantor berpengaruh positif dan signifikan terhadap DPK, dimana semakin lengkap fasilitas yang tersedia bagi nasabah akan semakin memudahkan mereka dalam memenuhi berbagai kebutuhan keuangan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

H3 : Jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia.

2.5.4 Pengaruh secara simultan Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor terhadap DPK

Berdasarkan uraian pada hipotesis 1,2, dan 3 dapat ditarik kesimpulan bahwa pengumpulan Dana Pihak Ketiga tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara parsial, melainkan merupakan hasil dari sinergi strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, dan perluasan jaringan. Strategi promosi yang efektif akan menarik minat calon nasabah, yang kemudian akan disambut dengan pelayanan prima dari karyawan terlatih di kantor cabang yang mudah dijangkau. Kombinasi ketiga elemen ini secara bersama-sama menciptakan daya saing yang kuat bagi BPRS, sehingga diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan DPK secara keseluruhan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

H4 : Biaya promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan menyatakan data ke dalam jumlah satuan angka/kuantifikasi agar dapat dianalisis serta menggeneralisasikan temuannya. Penelitian kuantitatif dilakukan pada suatu penelitian yang memakai alat ukur statistika inferensi untuk menguji hipotesis. Pada pengujian hipotesis tersebut akan terlihat hubungan, pengaruh, serta perbedaan yang didapat (Muin, 2023).

3.2 Lokasi / Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Indonesia dengan periode pengamatan tahun 2020-2024. Objek penelitian mencakup data sekunder yang diperoleh melalui Laporan Statistik Perbankan Syariah (SPS) BPRS Indonesia yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada laman website <https://www.ojk.go.id>. Sehingga, keabsahan data (validitas) telah dijamin oleh sumber publikasi OJK.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah himpunan dari keseluruhan individu atau objek yang dikaji oleh peneliti (Turmudi & Harini, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah Akumulasi dari 174 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia yang

terdaftar pada OJK dalam bentuk Laporan Statistik Perbankan Syariah (SPS) berupa data bulanan periode 2020–2024.

Sampel adalah himpunan bagian dari populasi yang dipilih oleh peneliti untuk dikaji atau observasi (Turmudi & Harini, 2008). Sampel pada penelitian ini adalah mengenai BPRS Indonesia dalam Laporan Statistik Perbankan Syariah (SPS) dengan periode penelitian bulan januari 2020 sampai dengan desember 2024 atau 5 Tahun, sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 60 sampel deret data.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*, yaitu teknik di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Sudaryana & Agusiady, 2022). Pendekatan ini umumnya digunakan apabila jumlah populasi relatif kecil, sehingga memungkinkan untuk mengobservasi keseluruhan unit analisis tanpa harus melakukan pemilihan secara acak. Penggunaan teknik ini juga dapat meminimalisasi potensi bias sampling serta meningkatkan validitas eksternal temuan, karena tidak ada unsur populasi yang terlewatkan dalam pengambilan data.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, dengan jenis data *time-series* yaitu data yang diperoleh secara berurutan pada interval waktu tertentu. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan, dicatat, dan dipublikasikan oleh pihak lain, bukan oleh peneliti secara langsung (Pratikno, 2020). Dalam penelitian

ini, data sekunder yang digunakan mencakup variabel biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, jumlah kantor, serta Dana Pihak Ketiga (DPK). Data tersebut diperoleh dari Laporan Statistik Perbankan Syariah (SPS) dalam bentuk data bulanan yang mencakup periode Januari 2020 hingga Desember 2024, guna menganalisis perkembangan dan pengaruh antarvariabel selama kurun waktu tersebut.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui teknik dokumentasi, yaitu teknik yang meliputi pencatatan dan pengumpulan informasi dari berbagai peristiwa yang telah berlangsung, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya penting lainnya (Pratikno, 2020). Data dalam penelitian ini berisi tentang informasi yang diperoleh dari artikel, jurnal, literatur, dan hasil penelitian terdahulu, serta dari Laporan Statistik Perbankan Syariah di Indonesia yang diakses melalui situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (www.ojk.go.id) dengan melakukan penelusuran data secara daring.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau bebas adalah variabel yang memiliki peran dalam memengaruhi maupun menimbulkan perubahan terhadap variabel dependen. Dalam suatu penelitian, variabel bebas berfungsi sebagai faktor yang mendorong terjadinya perkembangan atau perbedaan pada hasil yang diteliti (Sugiyono, 2017). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini

adalah Biaya Promosi (X1), Biaya Pendidikan dan Pelatihan (X2), dan Jumlah Kantor (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang menerima pengaruh dari variabel bebas dan digunakan untuk mengukur dampak atau efek yang ditimbulkan. Dengan kata lain, variabel terikat mencerminkan hasil dari perubahan yang bersumber dari variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dana Pihak Ketiga (Y).

Untuk mempermudah pemahaman terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menyusun definisi operasional variabel yang disajikan pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Tipe Data
1.	Biaya Promosi	Biaya Promosi adalah semua pengalokasian biaya untuk aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk atau jasa (Y. R. Akbar & Basriani, 2020).	Biaya Promosi = Total Biaya Promosi	Nominal
2.	Biaya Pendidikan dan Pelatihan	Biaya pendidikan dan pelatihan yang dialokasikan oleh bank syariah bertujuan untuk mendukung program pengembangan SDM agar menghasilkan karyawan	Biaya Pendidikan dan Pelatihan = Total Biaya Pendidikan dan Pelatihan	Nominal

		yang berkualitas dan mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah (Andespa, 2016).		
3.	Jumlah Kantor	Kantor adalah wujud tempat mengurus suatu pekerjaan baik perusahaan dan sebagainya. Jaringan kantor bank meliputi kantor pusat, kantor wilayah, kantor cabang, kantor cabang pembantu, serta kantor kas (OJK, 2016).	Jumlah Kantor = $KC + KCP + KK$ Keterangan : a. KC : Kantor Cabang b. KCP : Kantor Cabang Pembantu c. KK : Kantor Kas	Rasio
4.	Dana Pihak Ketiga (DPK)	DPK adalah dana yang dihimpun oleh bank berasal dari masyarakat luas, simpanan giro, tabungan, dan deposito (Kasmir, 2014).	$DPK = \text{Total Tabungan} + \text{Total Deposito} + \text{Total Giro}$	Nominal

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2025

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode untuk mentransformasikan data penelitian ke dalam bentuk yang lebih sederhana agar mudah dipahami dan diinterpretasikan. Proses ini melibatkan penyajian data dalam bentuk ringkasan, pengelompokan, dan pengaturan secara numerik maupun dalam bentuk grafik (Turmudi & Harini, 2008). Statistik deskriptif biasanya dimanfaatkan oleh peneliti untuk menggambarkan karakteristik variabel yang diteliti serta mendukung analisis terhadap variabel tersebut. Aktivitas dalam statistik deskriptif meliputi perhitungan nilai rata-rata (*mean*), *median*, modus, standar

deviasi, serta analisis bentuk distribusi data seperti kemencengan (*skewness*) dan lainnya (Wahyuni, 2020).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Mutmainah, 2024) Asumsi klasik merupakan salah satu syarat penting agar persamaan regresi linier berganda dapat digunakan dengan tepat. Untuk memperoleh estimasi yang tidak bias dan efisien, pada persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least squares*), perlu dilakukan pengujian untuk memastikan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji Multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Sahir, 2021). Salah satu metode yang digunakan dalam SPSS untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal adalah dengan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Dalam SPSS, uji K-S dilakukan dengan cara membandingkan distribusi kumulatif empiris dari data sampel dengan distribusi kumulatif teoritis dari distribusi normal. Adapun rumus dari uji *Kolmogrov-Smirnov* (Sianturi, 2025), sebagai berikut :

$$D = \text{Max}(F_n(x) - F(x))$$

Keterangan:

$$F_n(x) = \frac{\text{Jumlah data} \leq x}{n} : \text{Fungsi Distribusi Kumulatif Empiris}$$

$F(x) = P(X - x)$: Fungsi Distribusi Kumulatif Teoritis

Dasar pengambilan keputusan mengenai normalitas data dalam SPSS ditentukan dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig.) hasil uji dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%).

- a. Jika nilai sig. > 0,05 maka distribusi adalah normal.
- b. Jika nilai sig. < 0,05 maka distribusi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen (Nani, 2022). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan kuat antar variabel independen, karena multikolinearitas dapat menyebabkan ketidakstabilan koefisien regresi dan menurunkan akurasi prediksi. Gejala multikolinearitas pada model regresi linier berganda dapat dideteksi melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai tolerance menggambarkan proporsi variabilitas suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Adapun formula rumus VIF (Hidayah & Widyawati, 2016), adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance}$$

Berikut pengambilan kesimpulan dalam mendeteksi gejala Multikolinieritas dalam regresi :

- a. Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

- b. Jika nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Zainuddin & Wardhana, 2024). Uji ini wajib dilakukan hanya untuk data runtut waktu (time series). Suatu model regresi dikatakan baik apabila bebas dari autokorelasi. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi adalah melalui uji *Durbin-Watson* (DW). Berikut Formula rumus dari uji autokorelasi Durbin–Watson (Fauzia & Amanah, 2016):

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Keterangan:

e_t : Residual pada periode ke- t

$e_t - e_{t-1}$: Residual pada periode sebelumnya

Hasil uji DW ditentukan dengan membandingkan nilai DW hitung dengan nilai batas bawah (d_L) dan nilai batas atas (d_U) dari tabel Durbin-Watson. Nilai DW hitung selalu berkisar antara 0 hingga 4. Adapun pengambilan kesimpulan kriteria model regresi bebas dari autokorelasi, sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Keputusan Durbin-Watson

Kriteria DW Hitung	Kesimpulan
--------------------	------------

$0 < d < d_L$	Terjadi Autokorelasi Positif
$d_L < d < d_U$	Tidak dapat disimpulkan
$d_U < d < (4 - d_U)$	Tidak ada Autokorelasi (Diterima)
$(4 - d_U) < d < (4 - d_L)$	Tidak dapat disimpulkan
$(4 - d_L) < d < 4$	Terjadi Autokorelasi Negatif

Sumber : Zainuddin & Wardhana (2024)

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Sahir, 2021). Salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas adalah metode *Scatterplot*. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas dengan cara mengamati pola sebaran titik pada grafik. Metode ini dilakukan dengan cara melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ Sesungguhnya}$) yang telah di *studentized* (Fauzia & Amanah, 2016). Kriteria pengambilan keputusan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

- a. Terjadi Heteroskedastisitas: Jika titik-titik residual pada grafik menunjukkan pola yang teratur (seperti bergelombang, melebar, atau menyempit) dan tersebar di atas serta di bawah angka 0.

- b. Tidak Terjadi Heteroskedastisitas : Jika titik-titik residual menyebar secara acak tanpa membentuk pola yang jelas, baik di atas maupun di bawah angka 0.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory variables*) terhadap satu variabel dependen. Model ini berasumsi bahwa terdapat hubungan linier antara variabel dependen dan masing-masing variabel prediktor (Janie, 2021). Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software* SPSS. Adapun hubungan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Keterangan :

Y : Dana Pihak Ketiga (DPK)

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X_1 : Biaya Promosi

X_2 : Biaya Pelatihan dan Pelatihan

X_3 : Jumlah Kantor

e_i : Error

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi. Terdapat dua pendekatan dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis, yaitu dengan membandingkan nilai statistik t terhadap nilai t tabel atau berdasarkan nilai signifikansi.

1. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Nani, 2022). Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji parsial adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$ artinya Secara parsial, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika t hitung $> t$ tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$ artinya Secara parsial, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji f merupakan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Nani, 2022). Untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis, digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji simultan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya Secara simultan, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya Secara simultan, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.5 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh gabungan variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan nilai *adjusted R-squared* (Ghozali, 2016). Jika nilai koefisien determinasi dalam model regresi cenderung kecil atau mendekati nol, maka hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen sangat lemah. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 100%, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga perbankan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah, namun tidak menyediakan layanan yang berkaitan dengan lalu lintas transaksi pembayaran. Pendirian BPRS bertujuan untuk memberikan pelayanan keuangan kepada masyarakat berpenghasilan rendah serta pelaku usaha kecil, baik pada wilayah pedesaan atau perkotaan, yang pada umumnya belum terjangkau dan terlayani oleh layanan bank umum (Buchori et al., 2003). Secara fundamental, BPRS memiliki tujuan yang sejalan dengan bank syariah, yaitu berperan sebagai lembaga intermediasi yang menghubungkan pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, dengan fokus utama pada pembiayaan sektor riil (J. Akbar & Baidlowi, 2024).

Berdasarkan ketentuan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki ruang lingkup kegiatan usaha sebagai berikut:

1. Pertama, BPRS dapat menghimpun dana dari masyarakat, baik dalam bentuk simpanan berupa tabungan atau bentuk lain yang dipersamakan berdasarkan akad *wadi'ah* maupun akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah, serta dalam

bentuk investasi seperti deposito, tabungan, atau instrumen sejenis yang didasarkan pada akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2. BPRS berwenang menyalurkan dana kepada masyarakat melalui berbagai skema pembiayaan, antara lain:
 - a. Pembiayaan berbasis bagi hasil dengan akad mudharabah atau musyarakah.
 - b. Pembiayaan jual beli menggunakan akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna*’.
 - c. Pembiayaan kebajikan melalui akad *qardh*.
 - d. Pembiayaan sewa atas barang bergerak maupun tidak bergerak dengan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
 - e. serta pengalihan utang dengan menggunakan akad *hawalah*.
3. BPRS dapat menempatkan dananya pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi’ah* atau dalam bentuk investasi dengan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.
4. BPRS juga dapat melakukan kegiatan pemindahan dana, baik untuk kepentingan sendiri maupun nasabah, melalui rekening BPRS yang terdapat pada bank umum syariah, bank umum konvensional, maupun unit usaha syariah (UUS).
5. BPRS diperkenankan menyediakan produk dan melaksanakan kegiatan usaha perbankan syariah lainnya sepanjang sesuai dengan prinsip syariah dan memperoleh persetujuan dari Bank Indonesia.

Secara karakteristik BPRS memiliki kemiripan orientasi dengan LKM pada umumnya, yakni menyeimbangkan antara aspek profitabilitas dan fungsi sosial.

Secara komersial, LKM dituntut meraup laba untuk menjamin keberlangsungan usaha serta meningkatkan penetrasi pasar. Sejalan dengan itu, LKM berperan sebagai instrumen pengembangan masyarakat bagi kalangan *unbankable*. Fokus utamanya meliputi pengentasan kemiskinan, pemberdayaan kelompok rentan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan sektor UMKM (Buchori et al., 2003).

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai data yang diperoleh dari sampel penelitian. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap data biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, jumlah kantor, serta dana pihak ketiga (DPK) pada BPRS periode 2020–2024 yang memenuhi kriteria sampel. Berikut disajikan hasil pengolahan data melalui uji analisis deskriptif:

Tabel 4. 1 Deskriptif Statistik

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Biaya Promosi	60	7248	10594	9308,20	842,886
Biaya Pendidikan & Pelatihan	60	1035	35299	13427,37	9260,236
Jumlah Kantor	60	612	706	658,48	24,957
DPK	60	8863759	16844175	12329271,28	2460096,976
Valid N (<i>listwise</i>)	60				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.1, hasil output SPSS pada analisis statistik deskriptif menunjukan hasil sebagai berikut :

1. Biaya Promosi

Variabel biaya promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 9308,20 dengan rentang antara nilai minimum 7248 hingga maksimum 10594. Nilai standar deviasi sebesar 842,886. Karena nilai standar deviasi ini jauh lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya ($842,886 < 9308,20$), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data biaya promosi cenderung homogen atau memiliki variasi yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan penganggaran biaya promosi pada BPRS cenderung stabil dari satu periode ke periode lainnya.

2. Biaya Pendidikan dan Pelatihan

Variabel biaya pendidikan dan pelatihan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13.427,37 dengan rentang nilai yang cukup lebar, yaitu dari minimum 1.035 hingga maksimum 35.299. Nilai standar deviasi yang relatif besar dibandingkan nilai rata-rata ($9260,236 < 13427,37$), menunjukkan bahwa data biaya pendidikan dan pelatihan memiliki tingkat variasi yang tinggi, sehingga mencerminkan adanya fluktuasi yang signifikan terkait pengeluaran biaya pendidikan dan pelatihan pada BPRS selama periode pengamatan.

3. Jumlah Kantor

Variabel jumlah kantor memiliki nilai rata-rata 658,48 dengan nilai minimum 612 dan maksimum 706. Standar deviasi yang sangat rendah dari nilai rata-ratanya ($24,957 < 658,48$), menunjukkan bahwa variasi data jumlah kantor bersifat homogen atau rendah selama periode penelitian. Rasio standar deviasi terhadap mean yang sangat kecil mengindikasikan

bahwa tidak terjadi perubahan struktur jaringan kantor yang drastis pada BPRS, seperti penutupan kantor secara massal atau ekspansi besar-besaran.

4. Dana Pihak Ketiga

Variabel DPK menunjukkan rata-rata DPK sebesar 12.329.271,28 dengan standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata ($2.460.096,976 < 12.329.271,28$) data DPK dikategorikan memiliki sifat homogen atau variasi yang rendah. Rentang antara nilai minimum 8.863.759 dan maksimum 16.844.175 menunjukkan adanya pertumbuhan penghimpunan dana yang cukup baik selama periode observasi. Tingginya DPK menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat yang terjaga terhadap kredibilitas BPRS dalam mengelola dana sesuai prinsip syariah.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode Kolmogorov–Smirnov digunakan untuk menguji kesesuaian distribusi residual dengan distribusi teoretis. Suatu model dinyatakan memenuhi kriteria Uji Kolmogorov–Smirnov apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\geq 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4. 2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000

	Std. Deviation	813932,05337048
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,044
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.2, hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari batas signifikansi 0,05, maka hal ini menunjukkan data pada penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen (Nani, 2022). Identifikasi gejala multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan menghitung nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model dinyatakan terbebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF tidak melebihi 10 dan nilai tolerance berada pada kisaran $\geq 0,1$.

Tabel 4. 3 Uji Multikoliniaritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1	Biaya Promosi	,255	3,921
	Biaya Pendidikan & Pelatihan	,225	4,437
	Jumlah Kantor	,621	1,611
a. Dependent Variable: DPK			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.3, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance dan VIF pada setiap variabel. Variabel biaya promosi memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,255 > 0,05$ dan VIF sebesar $3,921 < 10$. Variabel biaya pendidikan dan pelatihan memperoleh nilai *tolerance* $0,225 > 0,05$ dengan VIF $4,437 < 10$. Sementara itu, variabel jumlah kantor menunjukkan nilai *tolerance* $0,621 > 0,05$ dan VIF $1,611 < 10$. Dengan demikian, karena seluruh variabel memiliki nilai tolerance di atas 0,05 dan VIF di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model penelitian ini.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Zainuddin & Wardhana, 2024). Model regresi dinyatakan bebas dari masalah autokorelasi apabila D hitung (nilai Durbin-Watson) berada di antara batas atas $d_U < d < (4 - d_U)$.

Tabel 4. 4 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,957 ^a	,916	,911	779243,46985	1,927

a. Predictors: (Constant), Jumlah Kantor, Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan
b. Dependent Variable: DPK

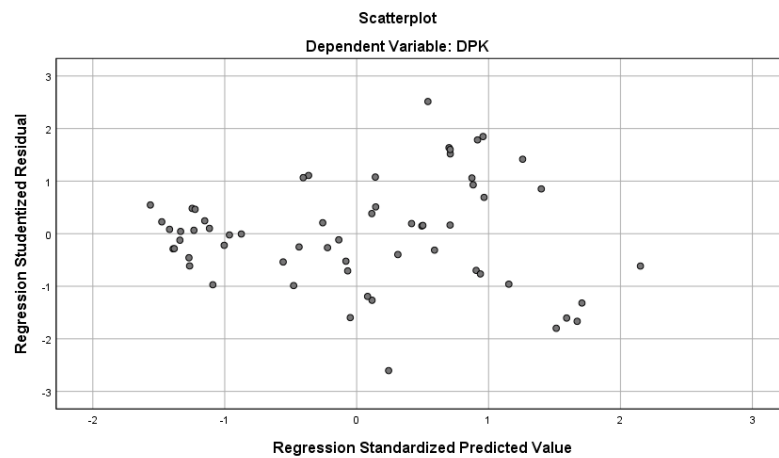
Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.4, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,927 pada 60 sampel dengan 3 variabel independen. Berdasarkan tabel Durbin-Watson, diperoleh nilai DU sebesar 1,6889 dan nilai DL sebesar 1,4797, sedangkan nilai $4 - DU$ adalah 2,3111. Karena nilai Durbin-Watson berada di antara DU dan $4 - DU$ ($1,6889 < 1,927 < 2,3111$), maka dapat disimpulkan bahwa data dalam model penelitian ini bebas dari gejala autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya perbedaan varians pada nilai *error* (residual) antar observasi dalam suatu model regresi (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan metode Scatterplot. Melalui analisis pola penyebaran titik pada grafik residual, model dianggap bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik tersebut tersebar acak di sekitar garis nol tanpa membentuk pola tertentu, seperti gelombang, menyempit, maupun melebar (Widana & Muliani, 2020).

Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan Gambar 4.1, hasil tampilan *Scatterplot* menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas. Hal ini ditunjukkan oleh sebaran titik residual yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Titik-titik juga tersebar di atas dan di bawah garis 0 (nol) pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa varians residual berada dalam kondisi konstan, sehingga asumsi klasik homoskedastisitas pada model regresi telah terpenuhi.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga digunakan metode analisis regresi linear berganda. Variabel yang dianalisis pengaruhnya terhadap DPK dalam studi ini meliputi Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, serta Jumlah Kantor. Adapun persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	- 39481996,286	4044348,227		-9,762 ,000
	Biaya Promosi	-412,809	255,513	-,141	-1,616 ,112
	Biaya Pendidikan & Pelatihan	72,487	24,741	,273	2,930 ,005
	Jumlah Kantor	83040,002	5531,919	,842	15,011 ,000
a. Dependent Variable: DPK					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Adapun berdasarkan hasil pada tabel 4.5, dapat dibuat nilai persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

$$DPK = - 39.481.996,286 - 412,809X_1 + 72,487X_2 + 83.040,002X_3 + e_i$$

1. Koefisien Biaya Promosi ($\beta_1 = -412,809$)

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Biaya Promosi sebesar 1 satuan akan menurunkan DPK sebesar 412,809, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Tanda negatif mengindikasikan bahwa Biaya Promosi memiliki hubungan berlawanan arah dengan DPK.

2. Koefisien Biaya Pendidikan dan Pelatihan ($\beta_2 = 72,487$)

Koefisien positif ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Biaya Pendidikan dan Pelatihan sebesar 1 satuan akan meningkatkan DPK sebesar 72,487, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Artinya, semakin besar biaya yang

dialokasikan untuk pendidikan dan pelatihan, semakin tinggi potensi peningkatan DPK.

3. Koefisien Jumlah Kantor ($\beta_3 = 83.040,002$)

Koefisien ini berarti bahwa setiap penambahan satu unit jumlah kantor akan meningkatkan DPK sebesar 83.040,002, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Artinya, semakin banyak kantor yang dimiliki, semakin besar kemampuan bank dalam menghimpun DPK.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t pada penelitian ini dimanfaatkan untuk mengetahui hubungan antar variabel secara parsial. Adapun hasil pengujiannya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 6 Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	- 39481996,286	4044348,227		-9,762	,000
	Biaya Promosi	-412,809	255,513	-,141	-1,616	,112
	Biaya Pendidikan & Pelatihan	72,487	24,741	,273	2,930	,005
	Jumlah Kantor	83040,002	5531,919	,842	15,011	,000

a. Dependent Variable: DPK

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji t (parsial) diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Berdasarkan hasil uji t, variabel biaya promosi memiliki nilai T_{hitung} sebesar -1,616, yang lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 1,67252. Selain itu, nilai signifikansinya sebesar 0,112 lebih besar dari 0,05 ($0,112 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap DPK. Dengan demikian, Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap DPK ditolak.

b. Pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan terhadap Dana Pihak Ketiga

Variabel biaya pendidikan dan pelatihan menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 2,930 yang lebih besar dari T_{tabel} 1,67252 dengan tingkat signifikansi 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan berpengaruh signifikan terhadap DPK. Oleh karena itu, Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan berpengaruh signifikan terhadap DPK diterima.

c. Pengaruh Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil uji t untuk variabel jumlah kantor menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 15,011 lebih besar dari nilai T_{tabel} sebesar 1,67252, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap DPK. Dengan demikian, Hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap DPK diterima.

2. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujiannya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 7 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317985912814852,600	3	105995304271617,550	151,861	,000 ^b
	Residual	39086637862729,620	56	697975676120,172		
	Total	357072550677582,250	59			
a. Dependent Variable: DPK						
b. Predictors: (Constant), Jumlah Kantor, Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa hasil nilai F_{hitung} 151,861 > F_{tabel} 2,769 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda ini layak untuk digunakan, dan seluruh variabel independen meliputi biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DPK. Oleh karena itu hipotesis ke-4 (H4) Biaya promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DPK diterima.

4.2.5 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur kontribusi atau proporsi variasi total variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh seluruh variabel independen secara simultan.

Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,957 ^a	,916	,911	779243,46985	1,927
a. Predictors: (Constant), Jumlah Kantor, Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan					
b. Dependent Variable: DPK					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.7, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,911, hal ini menunjukkan bahwa 91,1% variasi pada variabel dependen DPK (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, serta Jumlah Kantor). Sisanya sebesar 8,9 % dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi.

4.3. Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS di Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan biaya promosi belum mampu mendorong masyarakat secara langsung untuk menempatkan dananya. Kondisi tersebut dipicu oleh perubahan perilaku nasabah akibat kebijakan *social distancing* selama pandemi Covid-19 yang telah menciptakan kebiasaan baru berupa digitalisasi masif. Berdasarkan data Roadmap Pengembangan BPR/BPRS oleh Otoritas Jasa Keuangan (2024), sekitar 77% penduduk Indonesia kini telah beralih ke layanan keuangan

berbasis aplikasi. sehingga, keputusan nasabah dalam menempatkan dana lebih dipengaruhi oleh aksesibilitas digital dan kepraktisan fitur layanan seperti *mobile banking* dan *digital payment* daripada intensitas promosi. Selain itu, pasca pandemi masih terdapat *scarring effect* yang berdampak kepada nasabah perorangan atau UMKM di daerah yang merupakan target BPRS, sehingga mempengaruhi kinerja DPK yang dihimpun (Maghiszha, 2025).

Pada penelitian oleh Setiawan (2018) mengenai determinan pertumbuhan DPK perbankan syariah di Indonesia juga memberikan temuan yang relevan dengan hasil penelitian ini. Penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi tidak termasuk indikator internal yang berpengaruh signifikan terhadap DPK. Hasil evaluasi model mengindikasikan bahwa hanya variabel BOPO, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah jaringan kantor yang valid dalam menjelaskan pertumbuhan DPK, sementara variabel biaya promosi dieliminasi dari model karena memiliki nilai *loading factor* di bawah standar yang ditetapkan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas promosi tidak secara otomatis mendorong peningkatan penghimpunan dana masyarakat, terutama ketika tidak diimbangi dengan penguatan kualitas layanan dan efisiensi operasional perbankan syariah.

Penelitian oleh Indrawan & Givan (2019) juga menyatakan bahwa biaya promosi tidak mampu meningkatkan DPK secara signifikan. Hal ini terjadi karena program promosi yang dijalankan tidak bersinergi dengan tujuan strategis perusahaan atau kurangnya perencanaan dan koordinasi dalam implementasinya. Selain itu, penelitian lain oleh Ridwansyah et al. (2020) juga

memperkuat hasil ini dengan menyatakan bahwa biaya promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan oleh ketidaktepatan sasaran aktivitas promosi pada segmen pasar yang dituju, serta keterbatasan kompetensi sumber daya manusia dalam mempromosikan produk secara efektif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan biaya promosi semata belum menjadi strategi yang efektif dalam mendorong pertumbuhan DPK. Perubahan perilaku nasabah pascapandemi, khususnya pergeseran menuju layanan keuangan berbasis digital dan kemudahan akses, menjadikan promosi konvensional kurang berpengaruh terhadap keputusan penempatan dana. Selain itu, masih adanya *scarring effect* pada nasabah perorangan dan UMKM turut membatasi respons terhadap aktivitas promosi yang dilakukan. BPRS perlu mengarahkan fokus kebijakan pada penguatan layanan berbasis digital, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta perumusan strategi promosi yang lebih terintegrasi dan tepat sasaran sesuai dengan karakteristik nasabah dan perkembangan perilaku keuangan pasca pandemi.

4.3.2 Pengaruh Biaya Pendidikan dan Pelatihan terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan berpengaruh signifikan terhadap penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa alokasi anggaran yang optimal untuk pengembangan kompetensi karyawan berkontribusi langsung terhadap efektivitas penghimpunan dana. Peningkatan kompetensi tersebut

mendorong staf perbankan menjadi lebih profesional, responsif, dan adaptif, yang secara psikologis meningkatkan kepercayaan (*trust*) nasabah untuk menempatkan dananya pada lembaga BPRS. Secara regulasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (2023), temuan ini selaras dengan mandat POJK Nomor 19 Tahun 2023 yang mewajibkan BPRS mengalokasikan dana pendidikan dan pelatihan guna meningkatkan integritas dan kapasitas SDM. Hal ini juga sejalan dengan strategi dalam Roadmap Pengembangan dan Penguatan Industri BPR dan BPRS oleh OJK, yang menempatkan SDM sebagai aset strategis dalam menghadapi tantangan transformasi digital. SDM yang kompeten pasca-pelatihan tidak hanya unggul dalam aspek teknis, tetapi juga lebih efektif dalam memitigasi risiko usaha dan membangun relasi jangka panjang dengan nasabah.

Korelasi positif ini didukung secara empiris oleh penelitian Setiawan (2018) yang meneliti determinan DPK pada perbankan syariah di Indonesia. Menggunakan pendekatan SEM-PLS, menemukan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan merupakan indikator faktor internal yang valid dan reliabel dalam menjelaskan pertumbuhan DPK. Berdasarkan matriks *Outer Loadings* dalam penelitian tersebut, indikator biaya pendidikan dan pelatihan memiliki nilai loading factor sebesar 0,715 dan nilai T-Statistic yang signifikan sebesar 3,896. Hal ini menegaskan bahwa kualitas SDM secara struktural merupakan pilar utama yang menentukan kemampuan bank dalam menarik simpanan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hastasari & Suharini (2021) yang menunjukkan bahwa biaya diklat merupakan variabel dominan yang

mempengaruhi kinerja perbankan syariah secara signifikan. Keberhasilan dalam pengembangan SDM melalui pelatihan menciptakan standar pelayanan yang tinggi, yang secara linier meningkatkan daya saing bank dalam menarik minat deposan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Budhijana (2022), Arif (2010) yang menunjukkan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan syariah. Peningkatan alokasi biaya pendidikan dan pelatihan terbukti mampu mendorong kualitas sumber daya manusia perbankan syariah, baik dari aspek kompetensi teknis, pemahaman prinsip syariah, maupun profesionalisme layanan, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat dalam menyimpan dananya pada perbankan syariah.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan dan pelatihan memiliki berpengaruh signifikan dalam meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga pada BPRS di Indonesia. Investasi berkelanjutan dalam pengembangan kompetensi SDM tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan regulasi, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam memperkuat kepercayaan nasabah, meningkatkan kualitas layanan, serta mendukung keberlanjutan dan daya saing BPRS dalam jangka panjang.

4.3.3 Pengaruh Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap DPK. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS. Temuan ini menunjukkan bahwa perluasan jaringan kantor masih

menjadi strategi yang efektif bagi BPRS dalam menjangkau dana masyarakat secara lebih luas. Secara operasional, keberadaan kantor fisik meningkatkan aksesibilitas dan kedekatan BPRS dengan nasabah, terutama dalam konteks perbankan syariah yang menekankan hubungan personal serta kehadiran lokal (*local presence*). Nasabah BPRS cenderung memprioritaskan kemudahan akses lokasi dan kualitas layanan yang diberikan, sehingga memilih kantor yang berdekatan dengan pasar, tempat tinggal, atau lokasi usaha mereka (Nugraheni & Septiarini, 2017). Kehadiran kantor di lokasi strategis tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah melalui interaksi langsung, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan dan keberlanjutan penghimpunan DPK.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zakki & Permatasari (2020) yang menemukan bahwa jumlah kantor berpengaruh signifikan terhadap peningkatan DPK pada bank syariah. Mereka menegaskan bahwa ketersediaan fasilitas dan layanan yang memadai akan memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari, sehingga mendorong mereka untuk lebih aktif menempatkan dana di bank. Penelitian Marciandini & Zuhdi (2023) juga mendukung temuan ini, bahwa jumlah kantor memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan kinerja perbankan syariah. Semakin luas jaringan kantor, semakin besar kapasitas bank dalam memperoleh dana dari masyarakat karena adanya peningkatan aksesibilitas, visibilitas, dan intensitas layanan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada temuan penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah kantor merupakan faktor strategis dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS. Hasil uji statistik membuktikan bahwa penambahan kantor baru memberikan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan DPK. Hal ini menegaskan bahwa strategi ekspansi jaringan kantor fisik dapat menjadi salah satu langkah yang efektif bagi BPRS dalam memperluas jangkauan layanan, meningkatkan kepercayaan nasabah, serta memperkuat posisi lembaga dalam penghimpunan dana masyarakat.

4.3.4 Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, Jumlah Kantor Secara Simultan terhadap Dana Pihak Ketiga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK). Temuan ini mengindikasikan bahwa penghimpunan DPK pada BPRS dipengaruhi oleh faktor-faktor operasional yang berada di bawah kendali manajemen internal, khususnya dalam hal pengelolaan biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta penguatan jumlah jaringan kantor.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian Kahestiana (2019) yang menyatakan bahwa biaya promosi, biaya pendidikan, dan jumlah kantor secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap penghimpunan Dana Pihak Ketiga. Selain itu, penelitian oleh Harahap (2024) juga menyatakan

bahwa biaya promosi, biaya pendidikan, dan jumlah kantor secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penghimpunan DPK.

Dapat disimpulkan bahwa penghimpunan DPK tidak bisa hanya mengandalkan satu aspek saja. BPRS perlu menyeimbangkan antara pemanfaatan infrastruktur TI untuk menjawab tren digitalisasi, peningkatan kualitas SDM sebagai aset paling penting untuk membangun hubungan nasabah, dan pemeliharaan jaringan kantor sebagai basis kepercayaan fisik. Ketiga elemen ini secara simultan membentuk daya saing BPRS dalam menarik dana masyarakat di tengah persaingan sektor jasa keuangan yang semakin ketat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan, serta jumlah kantor terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS Indonesia periode 2020–2024 yang dijelaskan pada bab sebelumnya, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghimpunan DPK. Kondisi tersebut dipicu oleh perubahan perilaku konsumen selama periode penelitian (2020-2024). Kebijakan *social distancing* dan pembatasan aktivitas selama pandemi Covid-19 telah menciptakan kebiasaan baru yang memicu digitalisasi masif, sehingga promosi yang dilakukan oleh BPRS kurang efektif. Oleh karena itu, BPRS harus bertransformasi ke arah digital agar tetap relevan dengan kebutuhan nasabah.
2. Biaya pendidikan dan pelatihan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penghimpunan DPK. Hal tersebut disebabkan oleh peran strategis pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam meningkatkan kualitas kinerja dan layanan perbankan. Pengaruh signifikan tersebut terjadi karena pendidikan dan pelatihan secara langsung meningkatkan kompetensi, keterampilan teknis, pemahaman prinsip syariah, serta kemampuan komunikasi karyawan, sehingga pelayanan menjadi lebih profesional, cepat, dan meyakinkan. Dengan demikian, penguatan kualitas SDM melalui alokasi

anggaran pendidikan dan pelatihan yang optimal merupakan strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam memperkuat kinerja penghimpunan dana BPRS.

3. Jumlah kantor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penghimpunan DPK. Hal tersebut terjadi karena perluasan jaringan kantor secara langsung meningkatkan aksesibilitas layanan, memperlancar hubungan antara bank dan nasabah, serta memperkuat visibilitas dan kredibilitas BPRS di tengah masyarakat. Kondisi tersebut mendorong peningkatan kepercayaan dan loyalitas nasabah, sehingga mereka terdorong untuk menempatkan dan mempertahankan dananya pada BPRS. Oleh karena itu, ekspansi jaringan kantor fisik terbukti menjadi strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam memperkuat kapasitas penghimpunan dana BPRS serta memperkuat posisi kelembagaan bank dalam persaingan industri perbankan syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BPRS di Indonesia, disarankan untuk mengoptimalkan strategi promosi yang lebih tepat sasaran dengan mengadopsi pemanfaatan teknologi pascapandemi Covid-19. Selain itu, upaya tersebut perlu didukung oleh peningkatan anggaran serta kualitas program pendidikan dan pelatihan bagi sumber daya manusia, sehingga kemampuan pelayanan, komunikasi, dan pemahaman terhadap produk perbankan syariah dapat semakin meningkat. BPRS juga disarankan untuk memperluas dan memperkuat jaringan kantor

secara terukur guna menjangkau segmen masyarakat lokal, khususnya di wilayah pedesaan.

2. Bagi peneliti berikutnya, dianjurkan untuk memasukkan variabel penelitian tambahan guna meningkatkan akurasi model. Penelitian berikutnya dapat mengkaji variabel lain yang berasal dari faktor eksternal seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan kebijakan pemerintah yang berpotensi memengaruhi Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BPRS. Karena mengingat variabel pada penelitian ini hanya bersumber dari faktor internal BPRS, serta berdasarkan hasil penelitian masih terdapat sekitar 8,9% variasi DPK yang belum dapat dijelaskan oleh variabel yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, M. D. N., & Safitri, R. (2022). Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 513–525. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).11245](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).11245)
- Akbar, J., & Baidlowi, U. M. (2024). Peran bank perkreditan rakyat syariah (BPRS) Rajasa Lampung dalam mengembangkan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pembiayaan syariah murabahah. *AT-TUJJAR*, 12(02), 27–40.
- Akbar, Y. R., & Basriani, A. (2020). Islamic Bank Savings Customer Retention: In Terms Of The Service Marketing Mix. *Asian Journal of Advances in Research*, 5(2), 17–26.
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434.
- Amanda, F. A., Yafiz, M., & Anggraini, T. (2024). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Financing To Deposit Ratio (FDR) Dan Inflasi Terhadap Deposito Mudharabah Perbankan Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 42–53.
- Andespa, R. (2016). Meningkatkan pertumbuhan nasabah bank syariah: mendukung pembiayaan promosi, pendidikan dan pelatihan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(2), 171–188.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM press.
- Arif, M. N. R. Al. (2010). Efektifitas Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 15(3).
- Azizah, A. A., Adha, M. A., & Wahyudi, R. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198–2213.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J., & Ray, G. (2015). How information technology resources can provide a competitive advantage in customer service. In *Planning for Information Systems* (pp. 444–453). Routledge.
- Berutu, D. A. (2021). *Pengaruh Tingkat Keuntungan, Equivalent Rate, Jumlah Kantor Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*.

Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan.

- Buchori, A., Himawan, B., Setijawan, E., & Rohmah, N. (2003). Kajian Kinerja Industri BPRS di Indonesia. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 5(4), 64–123.
- Budhijana, R. B. (2022). Factors Affecting Sharia Banking Market Share in Indonesia 2018. *Al-Qanadir: International Journal of Islamic Studies*, 26(2), 76–87.
- Budianto, E. W. H., Dewi, N. D. T., & Abidin, U. A. (2023). Pemetaan penelitian rasio Dana Pihak Ketiga (DPK) pada perbankan syariah dan konvensional: studi Bibliometrik Vosviewer dan literature review. *Syar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 7(1), 25–44. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35448/jiec.v7i1.19887>
- Burhanuddin, Y. (2015). *Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Christian, H. H., Saerang, I. S., & Tulung, J. E. (2021). Pengaruh current ratio, debt to equity dan return on equity terhadap return saham pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI (periode 2014-2019). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 637–646. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32433>
- Fachrunnisa. (2017). Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 349–368. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.6142>
- Faisol, A., Chamariyah, & Subijanto. (2022). Pengaruh Kompetensi dan Profesionalisme SDM Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Pengembangan Karir (Studi Pada PT. Garam (Persero) Wilayah Pabrik Garam Sampang). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(3), 171–188.
- Fandini, N. I., & Sunariani, N. N. (2020). Strategi Peningkatan Kompetensi Pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 24–40.
- Fauzia, N., & Amanah, L. (2016). Pengaruh intellectual capital, karakteristik perusahaan, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *JIRA: Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(4), 1–22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Hafifuddin. (2021). pengaruh Biaya Pelatihan terhadap Laba Sebelum Pajak Bank Perkreditan Rakyat Syariah periode 2014 – 2018. *Jurnal Tadbir Peradapan*, 1(3).

- Harahap, N. S. (2024). *Faktor-faktor yang memengaruhi dana pihak ketiga di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidempuan.
- Haris, A. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Tinjauan Teoritis Dan Praktik)*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Harsanto, M. F. (2020). The Influence of Promotion Cost, Education and Training Cost, and Government's Strategic Planning toward Market Share of Islamic Banking in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1(2), 31–42.
- Hastasari, R., & Suharini. (2021a). Pengaruh Biaya Diklat, Jumlah Kantor, dan Jumlah Tenaga Kerja pada Laba Perbankan Syariah. *JMK: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 11–19. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i2.1343>
- Hastasari, R., & Suharini. (2021b). Pengaruh Biaya Diklat, Jumlah Kantor, dan Jumlah Tenaga Kerja pada Laba Perbankan Syariah. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 11–19. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v6i2.1343>
- Hermawan, A., & Wahyuati, A. (2018). Pengaruh biaya promosi dan tingkat suku bunga terhadap jumlah dana pihak ketiga di perusahaan perbankan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8).
- Hidayah, N., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan food and beverages. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(9), 1–19.
- Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2013). The Role of Training and Promotion to Increase The 3 rd Party Funds Indonesian Islamic Banking. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 8(1), 66–79.
- Husaeni, U. A. (2017). Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 49–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/ess.v7i1.4542>
- Iffah, L., Abdullah, M. F., & Aini, Y. N. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79–96.
- Indrawan, H. E., & Givan, B. (2019). Biaya Promosi dan Biaya Dana Berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Permata Jakarta. *Perspektif*, 17(2), 176–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2.6326>
- Indrawan, H. E., Purwati, S. D., Fadhillah, A. T., Paksi, Y. F. Al, & Hartanty, W. D. (2023). The influence of promotional costs on third party finds at PT. Bank BRI Syariah Indonesia. *Enrichment: Journal of Management*, 13(1), 186–192. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1226>
- Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Janie, D. N. A. (2021). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan*

SPSS. Semarang: Semarang University Press.

Kahestiana, A. (2019). *Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pendidikan Dan Jumlah Kantor Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Di Indonesia Periode 2013-2017*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.

Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kemenkeu. (2025). *Indonesia Kokoh di Peringkat Tiga Ekonomi Syariah Global, Perkuat Posisi Sebagai Pemain Kunci Dunia*. Kementerian Keuangan Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Peringkat-Tiga-Ekonomi-Syariah-Global>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lestari, P. (2009). Efektivitas Pengaruh Besaran Biaya Promosi Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2).

Maghiszha, D. F. (2025). *Jumlah Bank Bangkrut di Indonesia Terus Bertambah, Scarring Effect Pandemi Masih Terasa*. SINDOnews. <https://ekbis.sindonews.com/read/1621695/178/jumlah-bank-bangkrut-di-indonesia-terus-bertambah-scarring-effect-pandemi-masih-terasa-1758168555>

Mangkuprawira, S. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Marciandini, S., & Zuhdi, R. A. (2023). Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Jumlah Kantor, Dan Ukuran Bank Terhadap Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Di Indonesia. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 1(1), 345–356. <https://doi.org/10.35384/jamie.v1i1.429>

Maskur, A., & Azizah, S. M. N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah BPR BKK Blora) Kantor Cabang Blora. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 1059–1067.

Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, dan Regresi Linier Berganda*. Penerbit Lakeisha.

Muzdalifah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Mutu Layanan Pada Bank Syariah Mandiri Parepare*. Skripsi, IAIN Parepare.

Nani, N. (2022). *Step By Step Analisis Regresi Data Panel Menggunakan Eviews*.

Nopitasari, M. (2019). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*

- Periode 2014-2018*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Semarang.
- Nugraheni, A. U., & Septiarini, D. F. (2017). Pengaruh Equivalent Rate, Profitabilitas, dan Jumlah Kantor Terhadap Dana Pihak Ketiga BPRS di Indonesia (Periode Tahun 2013-2015). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(11), 875. <https://doi.org/10.20473/vol4iss201711pp875-888>
- Nur'aisyah, I., Dora, L. S., Kholishoh, & Aziz, A. (2020). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia. *INKLUSIF : Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(2), 114–126. www.syekhnuurjati.ac.id/jurnal/index.php/inklusif
- OJK. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 16/POJK.03/2016*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. www.ojk.go.id
- OJK. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2023 tentang Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia Bank Perekonomian Rakyat dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah*. Jakarta: OJK. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2024a). *Roadmap Pengembangan dan Penguatan Industri BPR dan BPRS (RP2B) 2024-2027*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2024b). *Snapshot Perbankan Syariah* (Desember 2). <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Desember-2024.aspx>
- Pratikno, A. S. (2020). Penyajian Data, Variasi Data, dan Jenis Data. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/7w8xp>
- Purbhastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Soaial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Puteri, H. E. (2015). Kontribusi BPRS dalam Merealisasi Financial Inclusion di Pedesaan: Evaluasi Empiris dan Penguatan Strategi. *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, 1(1), 19–34.
- Putri, A. (2024). Pemilihan Lokasi Ideal pada Bank Syariah Indonesia Strategi dan Pertimbangan Utama. *AL-BAYAN: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(2), 171–191.
- Ralig, T. D. (2024). *Pengaruh Jumlah Kantor, Jumlah Tenaga Kerja Dan Biaya Promosi Terhadap Market Share Bank Umum Syariah Di Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Semarang.
- Ridwansyah, Ningsih, N. W., & Purnamasari, S. A. (2020). The Importance of Promotion Costs and Training Costs for Islamic Rural Bank in Indonesia by BPRudent. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 444–449.
- Riskon. (2016). *Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah dana pihak ketiga (DPK) di PT. Bank Syariah Mandiri tbk*. Skripsi. Fakultas Ekonomi

Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

- Rismawati, R., & Nurhasanah, E. (2024). Pengaruh Biaya Promosi , Biaya Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Pembiayaan UMKM Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Periode 2019-2023. *Islamic Economics and Business Review*, 3(3), 720–731.
- Rivai, V., Basir, S., Sudarto, S., & Veithzal, A. P. (2013). *Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan dari teori ke praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyanto, & Paramansyah, A. (2019). AL-KHARAJ : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 1(19), 91–97. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v2i1.18>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saptadi, N. T. S., Latiep, I. F., Lestari, N. P., Syamsulbahri, Erwin, Yamin, M., Sonani, N., Utami, I. W., Anwar, M., & Saksono, H. (2024). *Manajemen promosi produk*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Sekretariat KKMB. (2023). *Resource Based View (RBV)*. KMMB Consulting. <https://kmmmb.co.id/blog/resource-based-view/>
- Setiawan. (2018). Determinan Penentu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia. *MAPS: Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32627/maps.v1i2.223>
- Sianturi. (2025). Test Normality As A Condition Of Hypothesis Testing. *JPMS: Jurnal Pembelajaran Dan Matematika Sigma*, 11(1), 1–14.
- Sifki, N., & Dalimunthe, I. P. (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah. *JAS: Jurnal Akuntansi Syariah*, 6(1), 28–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.505>
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranata, M. I., & Afif, Y. K. (2022). Pengaruh Jumlah Dana Pihak Ketiga Terhadap Financing To Deposit Ratio (FDR) PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Stabat. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 39–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.59342/istimrar.v1i1.55>
- Tactria, M., Susanto, S. A., & Yusuf, A. M. (2012). Strategi Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga pada Bank Sinarmas. *Journal of Applied Finance and Accounting*, 4(2), 147–166.
- Turmudi, & Harini, S. (2008). *Metode Statistika (Pendekatan Teoritis Dan*

- Aplikatif*). Malang: UIN-Malang Press.
- Umar, N. (2021). *Islam Nusantara: Jalan panjang moderasi beragama di Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik deskriptif untuk penelitian oleh data manual dan SPSS versi 25*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Wulandari, F. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gerbang Media.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Zahra, D. R. K. (2020). *Efektivitas Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Pusat Metro)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro.
- Zainuddin, & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisa Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Zakki, N. F., & Permatasari, D. (2020). Pengaruh Suku Bunga BI Rate, Equivalent Rate Dan Jumlah Kantor Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada Bank Umum Syariah. *JIPENSI: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(2), 147–167.
- Ziarahah, L. I., & Anwar, R. (2023). Akad Mudharabah Dan Relevansinya Dengan Tafsir Qur'an Surah an-Nisa Ayat 29 Tentang Larangan Mencari Harta Dengan Cara Yang Bathil. *Equality: Journal of Islamic Law*, 1(1), 26–38.
<https://doi.org/10.15575/ejil.v1i1.480>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

Tahun	Bulan	Biaya Promosi (X1)	Biaya Pendidikan Dan Pelatihan (X2)	Jumlah Kantor (X3)	Dana Pihak Ketiga (Y)
2020	Januari	1.405	4.854	612	9.093.701
	Februari	2.724	4.531	618	9.078.262
	Maret	4.008	6.321	620	9.102.946
	April	5.578	7.060	622	8.888.712
	Mei	7.192	8.214	622	8.863.759
	Juni	8.549	8.636	626	8.889.742
	Juli	9.542	9.089	626	9.005.462
	Agustus	10.787	9.862	631	9.004.956
	September	11.894	10.453	624	9.119.192
	Oktober	13.777	11.450	624	9.264.842
	November	15.320	11.847	627	9.516.669
	Desember	16.771	11.940	627	9.819.043
2021	Januari	1.444	1.035	627	9.844.583
	Februari	2.542	1.913	627	9.857.711
	Maret	3.742	3.013	631	9.820.702
	April	5.524	4.232	635	9.817.072
	Mei	7.379	4.858	637	10.070.517
	Juni	8.759	6.423	639	10.294.025
	Juli	10.214	7.407	650	10.410.962
	Agustus	11.707	7.928	648	10.596.501
	September	13.330	9.080	670	10.783.348
	Oktober	15.058	10.761	661	10.912.294
	November	16.272	12.522	649	11.109.098
	Desember	17.904	13.417	659	11.591.692
2022	Januari	1.530	1.882	662	11.639.621
	Februari	3.093	3.661	663	11.564.643
	Maret	4.945	5.770	655	11.597.956
	April	7.811	7.104	660	11.709.690
	Mei	10.024	8.635	655	11.903.231
	Juni	12.123	11.328	657	11.918.450
	Juli	14.575	12.896	649	12.265.454
	Agustus	16.855	15.023	649	12.393.109

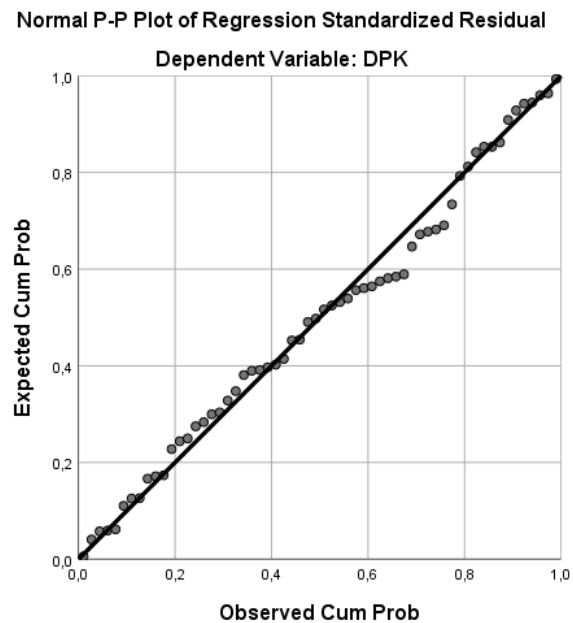
	September	19.233	17.986	666	12.727.008
	Oktober	21.776	20.390	659	12.910.480
	November	24.734	23.202	658	13.079.804
	Desember	27.909	26.720	668	13.446.353
2023	Januari	23.649	22.489	666	13.452.979
	Februari	5.335	5.210	666	13.534.673
	Maret	8.476	7.667	676	13.594.013
	April	11.478	9.656	676	13.621.782
	Mei	14.740	12.575	686	13.868.355
	Juni	17.278	15.638	685	13.882.324
	Juli	20.056	19.448	676	14.108.744
	Agustus	22.897	23.000	686	14.221.027
	September	25.500	25.957	694	14.383.464
	Oktober	29.038	29.219	694	14.736.172
	November	32.474	32.421	694	14.892.054
	Desember	35.971	35.299	693	15.270.022
2024	Januari	2.426	3.068	687	15.093.767
	Februari	5.005	5.384	686	15.194.058
	Maret	8.441	7.516	687	15.119.350
	April	11.937	9.660	682	15.199.957
	Mei	14.733	12.859	680	15.288.662
	Juni	18.271	16.637	678	15.289.738
	Juli	21.473	20.181	671	15.654.433
	Agustus	24.828	23.881	679	15.917.103
	September	28.382	27.138	678	16.053.472
	Oktober	32.400	30.572	688	16.260.095
	November	35.943	33.517	682	16.364.268
	Desember	39.898	35.207	706	16.844.175

Lampiran 2 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Promosi	60	7248	10594	9308,20	842,886
Biaya Pendidikan & Pelatihan	60	1035	35299	13427,37	9260,236
Jumlah Kantor	60	612	706	658,48	24,957
DPK	60	8863759	16844175	12329271,28	2460096,976
Valid N (listwise)	60				

Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	813932,05337048
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,044
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Biaya Promosi	,255	3,921
	Biaya Pendidikan & Pelatihan	,225	4,437
	Jumlah Kantor	,621	1,611

a. Dependent Variable: DPK

3. Uji Autokorelasi

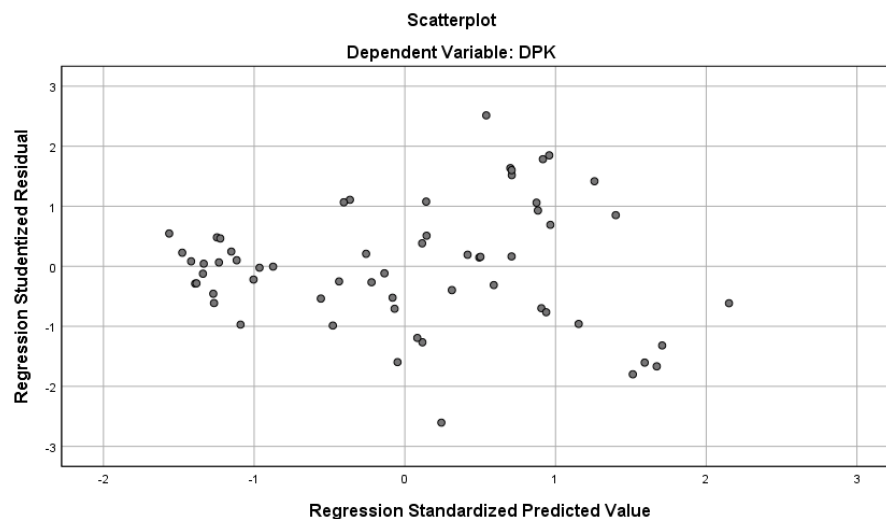
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,957 ^a	,916	,911	779243,46985	1,927

a. Predictors: (Constant), Jumlah Kantor, Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan

b. Dependent Variable: DPK

4. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-39481996,286	4044348,227		-9,762	,000
Biaya Promosi	-412,809	255,513	-,141	-1,616	,112
Biaya Pendidikan & Pelatihan	72,487	24,741	,273	2,930	,005
Jumlah Kantor	83040,002	5531,919	,842	15,011	,000

a. Dependent Variable: DPK

Lampiran 5 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-39481996,286	4044348,227		-9,762	,000
Biaya Promosi	-412,809	255,513	-,141	-1,616	,112
Biaya Pendidikan & Pelatihan	72,487	24,741	,273	2,930	,005
Jumlah Kantor	83040,002	5531,919	,842	15,011	,000

a. Dependent Variable: DPK

2. Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317985912814852,600	3	105995304271617,550	151,861	,000 ^b
Residual	39086637862729,620	56	697975676120,172		

Total	357072550677582,2	5			
	50	9			

a. Dependent Variable: DPK

b. Predictors: (Constant), Jumlah Kantor, Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan

Lampiran 6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,957 ^a	,916	,911	779243,46985	1,927

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Pendidikan & Pelatihan, Jumlah Kantor

b. Dependent Variable: DPK

Lampiran 7 Biodata Peneliti



BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Aldika Bayu Setiawan
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 7 September 2003
Alamat : Dsn. Ngunut, RT.02/RW.02, Ds. Manggis,
Kec. Ngancar, Kab. Kediri
Telepon/HP : 085819361557
Email : aldikabayu888@gmail.com

Pendidikan Formal

2010 – 2016 : SDN 1 Manggis
2016 – 2019 : SMPN 1 Ngancar
2019 – 2022 : SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya
2022 – 2026 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

2023 – 2024 : Komunitas Sahabat Pengamping UIN Malang
2024 – 2026 : Generasi Baru Indonesia (GenBI) Malang

Lampiran 8 Jurnal Bimbingan

2/18/26, 10:59 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 220503110139
Nama : Aldika Bayu Setiawan
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Rini Safitri, M.M
Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK KETIGA (DPK) PADA BPRS DI INDONESIA PERIODE 2020 – 2024

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	17 Oktober 2025	Konsultasi Judul & Penambahan penguatan latar belakang dan teori dengan kajian islam	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	24 Oktober 2025	Pengumpulan revisi bimbingan ke-1 & Perbaikan struktur penulisan BAB 1-3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	29 Oktober 2025	Pengumpulan revisi bimbingan ke-2 & Persetujuan proposal skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	25 November 2025	Revisi seminar proposal skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	6 Desember 2025	ACC hasil revisi seminar proposal skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	16 Desember 2025	Konsultasi pengerjaan BAB 4 & 5	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	15 Januari 2026	Revisi BAB 4 & 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	11 Februari 2026	ACC hasil revisi BAB 4 & 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 11 Februari 2026
Dosen Pembimbing

2/18/26, 10:59 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



Rini Safitri, M.M

<https://accessfe.uin-malang.ac.id/print/bimbingan/2251>

2/2

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiasi

2/12/26, 8:55 PM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyah, MM
NIP : 197609242008012012
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Aldika Bayu Setiawan
NIM : 220503110139
Konsentrasi : Keuangan

Judul Skripsi : **PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN, JUMLAH KANTOR TERHADAP DANA PIHAK KETIGA (DPK) PADA BPRS INDONESIA PERIODE 2020 – 2024**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	11%	7%	20%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Februari 2026
UP2M



Fitriyah, MM

Lampiran 10 Hasil Pengecekan Turnitin



Page 2 of 97 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:128103251

22% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 11%  Internet sources
 - 7%  Publications
 - 20%  Submitted works (Student Papers)
-