

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN  
PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**YULI ANASARI SIREGAR**

**NIM : 53154084**



**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2019**

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN  
PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

Oleh

**YULI ANASARI SIREGAR**

**NIM : 53154084**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Yuli Anasari Siregar**

NIM : 53154084

Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidempuan, 25 November 1997

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl. Datuk Kabu Pasar 3 Gang Bersama Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 04 Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan

**Yuli Anasari Siregar**

NIM. 53154084

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN  
PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

Oleh :

Yuli Anasari Siregar

NIM. 53154084

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Progran Studi S1 Perbankan Syariah

Medan, 04 Oktober 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Mhd. Irwan Padli NST, ST, MM.M.Kom

NIP. 197502132006041003

Kamilah, SE, Ak, M.Si

NIP. 19791023 200801014

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Zuhrinal M. Nawawi, M.A

NIP. 19760818 2007101 001

## ABSTRAK

Yuli Anasari Siregar (2019), NIM: 53154084, Judul Skripsi **“PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN”**. Dengan Pembimbing I: Mhd. Irwan Padli Nasution, ST, MM. M.Kom dan Pembimbing II: Kamilah, SE, Ak, M.Si

Dari judul tulisan ini jelas terlihat bahwa bank perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya jumlah nasabah, hal ini perlu dilakukan dalam rangka menindaklanjuti keberlanjutan dan keberadaan bank itu sendiri. Masalah dalam penelitian ini adalah dalam rangka memperhatikan seberapa besar pengaruh promosi dan lokasi terhadap pemilihan produk dana pihak ketiga untuk tabungan mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh promosi dan lokasi keberadaan bank dalam pemilihan dana pihak ketiga pada produk tabungan mudharabah pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan dan untuk menentukan faktor mana yang lebih dominan diantara dua faktor tersebut. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 99 responden, Penelitian ini merupakan studi analisis kuantitatif dengan menggunakan angket sebagai instrumen penelitiannya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, asumsi tes klasik, koefisien determinan dengan menggunakan analisis program komputer statistik (SPSS 25for Windows) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi diperoleh nilai T yaitu  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,651 > 1,9871$ ) dan untuk variabel lokasi diperoleh nilai T yaitu  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $5,103 > 1,987$ ) maka secara parsial variabel lokasi yang paling signifikan dalam pemilihan dana pihak ketiga pada produk tabungan mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan. Hasil ini dapat dilihat berdasarkan nilai uji F yang dilakukan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $19,430 > 2,706$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa dari uji yang dilakukan pada kedua variabel tersebut, faktor lokasi merupakan faktor yang lebih dominan. Data ini berdistribusi normal, tidak memiliki heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

**Kata Kunci: Promosi, Lokasi dan Produk Dana Pihak Ketiga**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT yang telah membimbing dan memberi kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam atas Baginda Rasulullah SAW beserta keluarga, sahabat dan umatnya hingga akhir zaman.

Adapun judul skripsi ini ialah “**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PEMILIHAN PRODUK DANA PIHAK KETIGA PT. BANK SUMUT SYARIAH CABANG PADANGSIDIMPUAN**”. Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak kesulitan yang dihadapi namun akhirnya usaha penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan walaupun jauh dari kemampuan dan kesempurnaan. Tentunya ini semua tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT dan bantuan berbagai pihak. Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu syarat tugas akhir dalam menyelesaikan perkuliahan pada program S1 untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, adapun pihak-pihak tersebut adalah :

1. Bapak **Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Andri Soemitra, M.A**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. H. Muhammad Yafiz M.A**, selaku Pembimbing Akademik selama penulis menjadi mahasiswa di kelas PS-D Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Bapak **Zuhrinal M. Nawawi, M.A**, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu **Tuti Anggraini, M.A**, selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak **Mhd. Irwan Padli Nasution, ST, M.M, M.Kom** selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu **Kamilah, SE, Ak, M.Si**, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
8. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
9. Ayahanda Alm. Mulia Siregar dan Ibunda Nita Helena Harahap selaku orang tua penulis serta abangda Abdul Hakim Siregar, adik-adikkuAuliani Syafitri Siregardan Muhammad Tohir Siregarbeserta saudara-saudara penulis semua yang telah memberikan dorongan, doa dan segala pengorbanan yang tiada terkira dan semoga dicatat sebagai amal sholeh oleh Allah SWT dan penulis berterima kasih sebanyak-banyaknya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Manajemen dan seluruh Staff PT Bank Syariah Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan.
11. Seluruh teman-teman dan keluarga penulis di kelas S1 Perbankan Syariah D yang telah membantu dan memberi motivasi serta semangat kepada penulis sampai skripsi ini selesai.
12. Kepada sahabat penulis yakni Muhammad Tamsil Maburr, Lara Ari Ayumi dan Nurul Hidayah Rambe yang telah mendoakan dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

13. Kepada sepupu – sepupu yakni Rahma Diana Fitri Siregar, Bang Vicky Diana, Nurul Zahara Siregar, Rahma Syarif, dan Arina Syakinah yang telah mendoakan dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Serta seluruh pihak yang telah berjasa, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Mudah-mudahan segala bantuan dan pengorbanannya dicatat menjadi amal sholeh oleh Allah SWT.

Akhirnya pada semua pihak yang terlibat langsung atau tidak langsung dengan penuntasan penulisan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya dan penghargaan yang setinggi-tingginya sembari penulis memohon kepada Allah SWT bagi mereka, semoga dibalas dengan pahala berlimpah ganda dan dijadikannya sebagai amal sholeh yang diridhoi-Nya.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis sendiri, aamiin.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Medan, 04 September 2019

Yuli Anasari Siregar

NIM.53154084

## DAFTAR ISI

### PERNYATAAN

PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Kegunaan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	10
A. Gambaran Umum Bank.....	10
1. Pengertian Bank.....	10
2. Fungsi dan Peran Bank Syariah .....	13
3. Tujuan Bank Syariah .....	13
4. Produk dan Jasa Perbankan Syariah .....	14
B. Promosi.....	19
1. Tujuan Promosi.....	20
2. Indikator Promosi .....	20

3.	Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Promosi .....	23
C.	Lokasi .....	23
1.	Strategi Penentuan Lokasi .....	25
2.	Pertimbangan Penentuan Lokasi.....	26
3.	Indikator Lokasi .....	27
D.	Dana Pihak Ketiga.....	28
1.	Jenis – jenis Dana Pihak Ketiga (DPK .....	28
2.	Indikator Dana Pihak Ketiga.....	30
E.	Penelitian Terdahulu.....	30
F.	Kerangka Teoritis .....	33
G.	Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
A.	Pendekatan Penelitian.....	36
B.	Lokasi dan Waktu Penelitan.....	36
C.	Populasi dan Sampel .....	36
D.	Data Penelitian .....	37
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	37
F.	Defenisi Operasional Variable.....	38
G.	Teknik Analisa Data .....	41
H.	Uji Asumsi Klasik .....	43
1.	Uji Multikolinieritas .....	43
2.	Uji Heterokedastisitas .....	43
I.	Uji Statistik .....	44
1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
2.	Uji F Statistik (Uji Signifikan Simultan).....	44
3.	Uji T Statistik Parsial (Uji Signifikan Pasrsial .....	44
J.	Analisis Regresi Berganda .....	45
BAB IV TEMUAN PENELITIAN.....		47
A.	Gambaran Umum Bank Sumut Syariah .....	47

B.	Deskripsi Data Penelitian .....	74
C.	Uji Persyaratan Analisis .....	79
1.	Uji Validitas Data .....	79
B.	Uji Reliabilitas Data.....	82
D.	Uji Asumsi Klasik .....	83
1.	Uji Normalitas.....	83
2.	Uji Multikolinearitas.....	85
3.	Uji Heteroskedastisitas .....	86
E.	Uji Hipotesis.....	86
1.	Uji Model $R^2$ .....	86
2.	Uji T ( Uji Parsial) .....	87
3.	Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	89
F.	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	90
BAB V PENUTUP.....		95
A.	Kesimpulan.....	95
B.	Saran .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....		96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Hal</b>
1.1Perkembangan DPK PT. Bank Sumut Sayariah Cabang Padangsidempuan .....	5
1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah .....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
3.1 Instrumen Skala Likert.....	36
4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.3 Hasil Kuesioner Variabel Bebas Promosi ( $X_1$ ).....	73
4.4 Hasil Kuesioner Variabel Bebas Lokasi ( $X_2$ ).....	74
4.5 Hasil Kuesioner Variabel Terikat Tabungan Mudharabah (Y).....	75
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	76
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ ) .....	77
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Tabungan Mudharabah (Y) .....	78
4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
4.10 Kolmogorov – Smirnov .....	84
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
4.12 Hasil Analisis Korelasi Berganda (R) .....	86
4.13 Hasil Uji T (Parsial) .....	87

4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	88
4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Hal</b>
2.1 Kerangka Pemikiran Dalam Penelitian .....	32
4.1 Logo Bank Sumut Syariah .....	46
4.2 Grafik P-P Plot .....	82
4.3 Grafik Histogram .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
1. Kuesioner Penelitian .....	97
2. Hasil Kuesioner .....	99
3. Hasil Output SPSS.....	107

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan adanya bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>1</sup>

Seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi, kebutuhan manusiapun semakin berkembang. Begitu pula kebutuhan akan pendanaan untuk memenuhi kebutuhannya pun semakin meningkat. Kegiatan pinjam meminjam menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut. Kegiatan pinjam meminjam ini dilakukan oleh Bank Syariah maupun Bank Konvensional.

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan dan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:

1. Memindahkan uang
2. Menerima dan membayar kembali uang dalam rekening koran
3. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
4. Membeli dan menjual surat – surat berharga
5. Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang
6. Memberi jaminan bank.<sup>2</sup>

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan bunga, islam memperkenalkan prinsip-prinsip *muamalah* islam. Dengan kata lain, bank islam

---

<sup>1</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali ress, 2015) h.3

<sup>2</sup>Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*,(Yogyakarta: UII Pres, 2000), h.63

lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba.<sup>3</sup>

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun di dalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan penghianatan dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabah). Kedudukan bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya adalah sebagai mitra investor dan pedagang, sedangkan dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur atau debitur.<sup>4</sup>

Bank syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain, ada asas kemitraan, keadilan, transparan dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik, antara lain, sebagai berikut:

1. Pelarangan riba dalam berbagai bentuk;
2. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*)
3. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas
4. Tidak diperkenankan melakukan yang bersifat spekulatif;
5. Tidak diperkenankan menggunkan dua harga untuk satu barang
6. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.<sup>5</sup>

Seperti yang sudah di jelaskan dalam Q.S. Ali Imran (3): 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”<sup>6</sup>

Adapun Hadis tentang Riba yaitu, sebagai berikut:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الصَّبَّاحِ وَهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ وَبُوعَيْنَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ قَالَوا حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ أَخْبَرَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كِلَالَ الرِّبَا وَمُؤْكَلَهُوَ كَاتِبُهُوَ شَاهِدُهُوَ قَاهُمْسَوَاءٌ

<sup>3</sup>Ibid

<sup>4</sup>Ibid

<sup>5</sup>Ibid h.5

<sup>6</sup> Muhammad Shohib, Syaamil quran Yasmina Al-Quran Terjemah Zahra, (Bogor: 2017),

‘Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Shabah dan Zuhair bin Harb dan Utsman bin Abu Syaibah mereka berkata; telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Abu Az Zubair dari Jabir dia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya." Dia berkata, "Mereka semua sama." (HR. Muslim)<sup>7</sup>

Hadis di atas, menggambarkan mengenai bahaya dan buruknyariba bagi kehidupan kaum Muslimin. Begitu buruk dan bahayanya riba, sehingga digambarkan bahwa Rasulullah SAW melaknat seluruh pelaku riba. Pemakanya, pemberinya, pencatatanya, maupun saksi – saksinya. Semua golongan yang terkait tersebut dikatakan oleh Rasulullah SAW: “Mereka semua adalah sama.” Pelaknatan Rasulullah SAW terhadap riba, mengingat Rasulullah SAW tidak pernah melaknat suatu keburukan, tetapi keburukan tersebut membawa kemudharatan yang luar biasa, baik dalam skala individual bagi para pelakunya maupun masyarakat secara luas. Oleh karenanya, setiap muslim wajib menghindarkan diri dari praktek riba dalam segala aspek kehidupan.<sup>8</sup>

Riba merupakan hal sangat di larang dan tidak disukai oleh Allah SWT dan Rasulullah SAW, maka dari situ mari kita melakukan transaksi yang di ajarkan oleh Nabi kita Nabi Muhammad SAW dengan ber- *muamalah* sesuai dengan syariah islam yang mengutamakan kemaslahatan masyarakat yaitu dengan salah satunya adalah menabung dan bertransaksi di Bank – bank Syariah yang ada di daerahnya masing – masing.

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karna bunga merupakan riba yang diharamkan. Di samping itu, bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

---

<sup>7</sup> Isnaini Harahap *et. al.*, *Hadis – Hadis Ekonomi*, (Medan: Kencana, 2015) h. 190

<sup>8</sup> *Ibidh.* 191

Dengan adanya bank syariah diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan – pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah. Melalui pembiayaan ini bank dapat menjadi mitra dengan nasabah, sehingga hubungan bank syariah dengan nasabah tidak lagi sebagai kreditur dan debitur tetapi menjadi hubungan kemitraan.

Di Indonesia, berdasarkan data otoritas jasa keuangan (OJK) total komposisi dana pihak ketiga perbankan syariah mencapai sekitar 3.482.615(dalam milyar) sementara itu total komposisi dana pihak ketiga perbankan konvensional menyentuh sekitar 5.630.448(dalam milyar).<sup>9</sup> Dari data tersebut terdapat selisih yang sangat banyak.

Mayoritas penduduk Kota Padangsidimpuan beragama Islam yaitu sebesar 188.711 jiwa, kemudian Kristen protestan 18.755 jiwa, Kristen katolik 965 jiwa, kemudian Buddha 734 jiwa.<sup>10</sup> Jika melihat status warga Kota Padangsidimpuan yang mayoritas Islam dan bagaimana masyarakat bermuamalah dengan syariah. Maka seharusnya semakin besar peluang Bank Sumut Syariah untuk mempromosikan produknya, akan tetapi kenyataannya di Kota Padangsidimpuan semakin melekatnya konsep Bank Konvensional dikalangan warga sehingga membuat banyak warga yang menggunakan jasa Bank Konvensional.

Di Kota Padangsidimpuan terdapat 4 Bank Syariah diantara lain: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank Sumut Syariah dan Bank Mega Syariah. Sedangkan Bank Konvensional terdiri dari 10 unit, antara lain: Bank Mandiri, BRI, BNI, Bank Danamon, Bank Panin, Bank Sumut, BTPN, Bank Permata, Bank Mestika, dan Bank BCA.

Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Kota Padangsidimpuan sebesar, DPK 658 (dalam Milyar). Jika data ini dapat diketahui bahwa tingkat DPK dari Bank Umum Syariah di Kota Padangsidimpuan lebih rendah dari pada Kota

---

<sup>9</sup> OJK, *SPS Desember 2018*

<sup>10</sup> <http://padangsidimpuankota.bps.go.id>

Medan sebesar 9.693 (dalam Milyar), dan Kota Pematang Siantar sebesar 924 (dalam Milyar).<sup>11</sup>

Bank Sumut Syariah adalah Bank Pemerintah Sumatera Utara, maka seharusnya masyarakat Sumut lebih banyak menabung atau bertransaksi di Bank Sumut Syariah, karena dari hasil Bank Sumut juga digunakan untuk pembangunan Sumatera Utara.

Dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang dipercayakan masyarakat (diluar bank) kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana.<sup>12</sup> Penghimpunan dana dari pihak ketiga adalah usaha bank dalam menarik dan mengemukakan dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan giro, deposito, dan surat berharga lainnya.<sup>13</sup>

Dalam perkembangannya total penghimpunan Dana Pihak ketiga (DPK) Bank Sumut Syariah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1  
Perkembangan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang  
Padangsidempuan

Jenis Data	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Jumlah DPK	Rp237.558.143.568,-	Rp294.495.959.923,-	Rp253.537.234.755,-	Rp183.606.888.067,-

Sumber: PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa perkembangan dana pihak ketiga mengalami fluktuatif, di mana pada tahun 2017 dan 2018 jumlah dana pihak ketiga mengalami penurunan. Untuk melihat lebih jelasnya perkembangan jumlah nasabah khusus produk tabungan mudharabah dapat dilihat ditabel berikut:

<sup>11</sup>OJK, *SPS Desember 2018*, h.73

<sup>12</sup> Eddie Rinaldi, *Manajemen Neraca Bank* (Jakarta: Indonesia Legal Center publishing, 2018), h.10

<sup>13</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h.7

Tabel 1.2  
Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank  
Sumut Syariah Cabang Padangsidimpun

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2015	7.859
2	2016	8.480
3	2017	9.033
4	2018	9.330

Sumber: PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpun, 2019

Berdasarkan tabel diatas terlihat perkembangan jumlah nasabah yang mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Namun jika dilihat dari jumlah dana pihak ketiga berbanding terbalik dengan jumlah nasabahnya di mana jumlah dpk mengalami penurunan selamat dua tahun berturut-turut. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh banyak faktor diantaranya semakin banyak persaingan diantara lembaga keuangan dengan berbagai daya tarik bank masing-masing,. Untuk itu Bank Sumut Syariah seharusnya lebih melihat faktor apasaja membuat nasabah menarik untuk bertransaksi di Bank Sumut Syariah.

Bank Sumut Syariah menyebutkan bahwa, promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpun yaitu dengan cara sosialisasi langsung ke masyarakat yang membutuhkan, dan melakukan seminar sekali setahun di IAIN Padangsidimpun, Hotel Natama dan toko masyarakat yang terbuka untuk umum, dan yang lebih efektif melakukan promosi yaitu mount to mount.<sup>14</sup>

Adapun faktor –faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah adalah faktor budaya, lokasi, promosi, psikologi, pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memiliki bank syariah.<sup>15</sup>

Salah satu faktor yang mendasar dalam mengembangkan produk perbankan syariah adalah promosi, promosi adalah informasi yang dapat

<sup>14</sup>Ahmad Sanusi, Marketing di Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpun, wawancara di Padangsidimpun, 2 September 2019

<sup>15</sup>Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014), h.95

diperoleh melalui media iklan, televisi, koran, radio, bahkan bisa juga untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat Padangsidempuan.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga, karna lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan bermarkas dan melakukan operasional. lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan.<sup>16</sup>

Dengan terjalinnya hubungan yang baik antara nasabah dengan bank maka bank seharusnya lebih memperkenalkan lebih dekat lagi ke masyarakat akan lokasi dan mempromosikan produk – produk perbankan syariah itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan adalah apakah promosi dan lokasi berpengaruh terhadap memilih Dana Pihak Ketiga pada produk Tabungan Mudharabah di PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan baik secara simultan ataupun parsial? Untuk itu saya bermaksud untuk mengkaji **“Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Pemilihan Produk Dana Pihak Ketiga PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Masalah yang akan di teliti oleh penulis adalah tentang pengaruh promosi dan lokasi Usaha PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh promosi dan lokasi keberadaan Bank Sumut Syariah terhadap pemilihan produk Dana Pihak Ketiga (Dpk) dan untuk menentukan faktor mana yang lebih dominan diantara dua faktor tersebut.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti hanya membatasi penelitiannya pada dua variable independen yaitu Promosi ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ),

---

<sup>16</sup>Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: T.Salemba Empat, 2001),h. 61-62

Pemilihan Produk Dana Pihak Ketigayaitu penulis hanya membatasi satu produk saja untuk menjadi variabel dependen yaitu produk Tabungan Mudharabah(Y).

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Promosi Dapat Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketigaproduk Tabungan Mudharabah PT. Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?
2. Apakah Lokasi Dapat Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah PT.Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?
3. Apakah Promosi Dan Lokasi Secara Simultan atau Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?

#### **E. Tujuan dan Kegunaan**

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui apakahpromosi dapat berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah PT. Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?
- b) Untuk mengetahui apakah Lokasi dapat berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah PT. Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?
- c) Untuk Mengetahui apakahVariabel promosi dan lokasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah PT. Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan?

##### 2. Kegunaan Hasil Penelitian

- a) Manfaat Secara teoritis adalah penulis berharap dengan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan untuk penelitian yang akan datang

- b) Manfaat secara praktis adalah Penelitian ini diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai promosi dan lokasi serta pengaruhnya terhadap memilih produk Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimuan, sehingga dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. Gambaran Umum Bank**

##### **1. Pengertian Bank**

Pengertian Bank Syariah sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang pasal 2 PBI No. 6/24/PBI/2004 tentang Bank Umum yang melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Umum Syariah (BUS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam hal pembayaran Bank.

Definisi bank syariah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia, dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Bank umum syariah adalah bank syariah yang didalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank pembiayaan rakyat syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

- 1) Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank *nondevisa*. Bank devisa adalah bank yang dapat melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, *inkaso* ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.
- 2) Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. UUS berada satu tingkat di bawah

direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank *devisa* dan bank *nondevisa*.

- 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.<sup>1</sup>

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syariat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.<sup>2</sup>

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:

- a) Memindahkan uang
- b) Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening Koran
- c) Mendiskonto surat *wesel*, surat order maupun surat berharga lainnya
- d) Membeli dan menjual surat berharga lainnya
- e) Membeli dan menjual cek, surat *wesel*, kertas dagang
- f) Memberi jaminan bank.<sup>3</sup>

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang

---

<sup>1</sup>Undang-Undang NO. 21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah

<sup>2</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.32

<sup>3</sup>Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000),

ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam. Bank Islam lahir di Indonesia, yang gencarnya sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil atau bank syariah.

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun didalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan penghianatan dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabahnya). Kedudukan bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya adalah sebagai mitra investor dan pedagang. Sedangkan dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur dan debitur.

Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan pekerjaannya, bank Islam menggunakan berbagai teknik dan metode investasi seperti kontrak *mudharabah*. Di samping itu, bank Islam juga terlibat dalam kontrak *murabahah*. Mekanisme perbankan Islam yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah beban bunga. Oleh karena itu, soal membayarkan bunga kepada para depositor atau pembebanan suatu bunga dari para klien tidak timbul.<sup>4</sup>

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berdasarkan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan untuk meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional, bank syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a) Sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial masyarakat.
- b) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan.
- c) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- d) Menerapkan metode bagi hasil agar beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi metode bank konvensional.

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), h. 4

## 2. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut :<sup>5</sup>

- 1) Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- 2) Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada identitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

## 3. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut :

- 1) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk ber-*muamalat* secara Islam, khususnya *muamalat* yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
- 2) Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesengajaan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- 3) Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan

---

<sup>5</sup>Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), h.43

kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.<sup>6</sup>

#### 4. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Pada dasarnya produk yang ditawarkan perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:<sup>7</sup>

##### 1) Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

##### a) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip ini merupakan suatu konsep yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank dalam melakukan pembelian barang atas nama bank. Bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan jumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya berupa: *mudharabah*, *salam*, dan *istishna*.

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

##### 1. Pembiayaan Murabahah

Murabahah (*al-bai' bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin).

Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah

<sup>6</sup>*Ibid*

<sup>7</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo 2016), h. 98

disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*, atau *muajjal*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh atau cicilan.

## 2. Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual.

Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah dengan keuntungan.

## 3. Pembiayaan Istishna'

Produk *istishna'* menyerupai produk salam, tapi dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran.

Ketentuan umum pembiayaan *istishna'* adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran mutu dan jumlahnya.

### b) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Prinsip ini secara garis besar terdiri dari dua jenis. Pertama, *ijarah* (sewa murni) seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Secara teknik bank dapat membeli dahulu barang yang dibutuhkan oleh nasabah, kemudian barang tersebut disewakan dalam waktu yang telah disepakati oleh nasabah. Kedua, *bai al-takjiri* atau *ijarah muntahiya bitamlik*, yang merupakan penggabungan sewa dan beli dimana penyewa mempunyai hak memiliki barang pada akhir masa sewa.

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

c) Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

Prinsip ini adalah suatu konsep yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Prinsip *Mudharabah* ini dapat digunakan sebagai dasar baik produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan dan penyertaan.

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

4. Pembiayaan Musyarakah

Bentuk umum dari bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah*). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai *asset* yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

5. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

d) Akad Pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad pelengkap ini adalah akad-akad *tabarru'*. Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain: Bank Garansi, *Kliring*, *Inkaso*, Jasa, Transfer dan lain-lain

6. Hiwalah (Alih Utang – Piutang)

Tujuan fasilitas *hiwalah* adalah untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.

#### 7. Rahn

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

#### 8. Qardh

*Qardh* adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- a. Sebagai pinjaman talangan haji, dimana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran perjalanan haji. Nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatannya haji.
- b. Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*) dari produk kartu kredit syariah, di mana nasabah diberi keluasaan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM. Nasabah akan mengembalikannya sesuai waktu yang ditentukan.
- c. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil di mana menurut perhitungan bank akan memberatkan si pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli, *ijarah*, atau bagi hasil
- d. Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, di mana bank menyediakan fasilitas untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengambil dana pinjaman itu secara cicilan melalui pemotongan gajinya.

#### 9. Wakalah (Perwakilan)

*Wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu seperti pembukuan L/C, *Incaso* dan transfer uang.

#### 10. Kafalah

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.

## 2) Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

### a) Prinsip Wadi'ah

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan pada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dana dalam bentuk *Al-Wadi'ah*. Fasilitas ini diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya giro dan tabungan. Istilah *Al-Wadi'ah* dalam dunia perbankan konvensional lebih dikenal dengan giro.

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ahyad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

### b) Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan *nisbah* yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

## 3) Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa

perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain:

1) *Sharf (Jual Beli Valuta Asing)*

Pada prinsipnya *jual beli valuta asing* sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

2) *Ijarah (Sewa)*

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

## **B. Promosi**

Promosi adalah komunikasi yang persuasive, mengajak, mendesak, membuju, meyakinkan.<sup>8</sup>

Ada beberapa pengertian tentang promosi yang di kemukakan oleh para ahli diantaranya adalah:

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya.<sup>9</sup>

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. Promosi di sini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi

---

<sup>8</sup>M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara,2014), h. 95

<sup>9</sup>Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Managemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006),h.120

adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.<sup>10</sup>

Menurut H. Indriyo Gitosudarno M.Com Definisi Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.<sup>11</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.<sup>12</sup> Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk.

Untuk meningkatkan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah seharusnya mengeluarkan Inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk bertransaksi ke Bank Syariah, yaitu dengan mengadakan promosi.

### **1. Tujuan Promosi**

Adapun tujuan promosi yang dilakukan perusahaan adalah:

1. Memperkenalkan dan menjual jasa –jasa produk yang dihasilkan
2. Agar bank mendapati saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.
3. Menjual *goodwill image* dan ide yang baik tentang bank yang bersangkutan.<sup>13</sup>

### **2. Indikator Promosi**

Menurut Philip Kotler dan Armstrong indikator yang ada didalam *promotionmix* ada lima, yaitu:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Penjualan personal (*personal selling*)

<sup>10</sup> Aqwa Naser Daulay dan M.Latief Ilhamy Nst (ed), *Manajemen Pemasaran Syariah (Pemasaran Bank Syariah)*, (FEBI UIN-SU Press, Medan: 2016), h., 88

<sup>11</sup>Indriyo Gitosudarno, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*, (Yogyakarta: BPF, 2000), h., 237

<sup>12</sup>Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.898

<sup>13</sup>Herry Achmad Buchori dan Djaslim Saladin (ed), *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006),h.79

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)<sup>14</sup>

Strategi Promosi Bank ada 4, yaitu:

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan – keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- 1) Pemasangan *Blboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- 2) Mencetak *brosur* baik disebar di setiap cabang atau pusat perbelanjaan
- 3) Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis
- 4) Melalui Koran
- 5) Melalui Majalah
- 6) Melalui Televisi
- 7) Melalui Radio
- 8) Dan menggunakan media lainnya.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah menarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi

---

<sup>14</sup>Philip Kotler, dan Armstrong (ed), *Prinsip-prinsip pemasaran 1*, (cet) kedubelas, (Jakarta, Erlangga, 2008), h.278

penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, konten, kupon atau sample produk

c) Publisitas (*Publucity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuan publisitas adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat.

d) Penjualan Pribadi (*Personal Seling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam hingga pejabat bank. *Personal seling* juga dapat dilakukan melalui perekrutan tenaga-tenaga saleman dan salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*.<sup>15</sup>

Penjualan secara personal seling akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu diantara lain:

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah
- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi tentang bank lain.
- 3) Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argumen.
- 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dan nasabah
- 5) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.

---

<sup>15</sup>Aqwa Naser Daulay, M dan Lathief Ilhamy Nst (ed), *Manajemen Perbankan Syariah (pemasaran bank syariah)*, (FEBI UIN-SU Press, Medan: 2016), h. 68-73

### 3. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Promosi

Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi ada 4 faktor diantaranya adalah :

- 1) Bisnis yang memiliki dana banyak tentu memiliki kemampuan yang lebih besar dalam mengombinasikan elemen-elemen promosi. Sebaliknya bisnis yang lemah keuangannya sedikit sekali menggunakan advertising dan promosinya kurang efektif.
- 2) Keadaan pasar, ini menyangkut daerah geografis pasaran produk dan juga calon konsumen yang dituju.
- 3) Keadaan produk, ini menyangkut apakah produk ditujukan untuk konsumen akhir atau sebagai bahan industri, atau produk pertanian. Lain produk, lain pula teknik yang digunakan.
- 4) Pada tingkat mana siklus kehidupan produk sudah dicapai, akan mempengaruhi promosi yang digunakan.<sup>16</sup>

Berdasarkan keempat faktor di atas dijelaskan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar, seperti pendanaan yang lebih besar jika keuangannya sedikit maka promosinya berkurang, keadaan pasarpun cukup mempengaruhi dalam promosi produk, keadaan produkpun demikian apakah produk dapat diberikan ke konsumen atau tidak, dan terakhir adalah tingkat siklus kehidupan yang dicapai sudah dapat digunakan atau belum.

#### C. Lokasi

Bagi seorang pembeli, sangat penting untuk memperhatikan apakah lokasi pasar mudah di akses. Dari jarak apakah cukup untuk menghemat biaya transportasi. Kemudian lokasi merupakan salah satu penentu pembeli menentukan pilihannya.

Pengertian lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi lebih tegas adalah suatu

---

<sup>16</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabet, 2009) h. 179-180

letak fisik suatu badan usaha didirikan.<sup>17</sup> Menurut Kasmir lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Kasmir menyebutkan secara umum pertimbangan dalam menentukan lokasi suatu usaha adalah sebagai berikut:

1. Jenis usaha yang dijalankan
2. Apakah dekat dengan pasar/konsumen
3. Apakah tersedia tenaga kerja
4. Tersedia sarana dan prasarana
5. Dekat dengan pusat pemerintahan
6. Berada di kawasan industri
7. Kemudahan untuk melakukan ekspansi
8. Kondisi adat istiadat, budaya atau masyarakat setempat
9. Hukum yang berlaku di wilayah setempat
10. Tersedianya sumber daya yang lain.<sup>18</sup>

Menurut Nugroho dan Paramita, Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar. Disamping itu, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka

---

<sup>17</sup>Sriyadi, *Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. (Semarang: IKIP Semarang Press, 1991), h. 60

<sup>18</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 163

panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan.<sup>19</sup>

Lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasional. Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan.<sup>20</sup>

### 1. Strategi Penentuan Lokasi

Dalam suatu bank terdapat berbagai jenis tingkatan kantor bank. Jenis tingkatan ini ditunjukkan dari volume kegiatan, kelengkapan, serta jangkauan wilayah operasional.<sup>21</sup>

Dalam praktiknya tingkatan kantor bank terdiri dari :

#### 1) Kantor Pusat

Kantor pusat merupakan kantor dimana semua kegiatan perencanaan sampai kepada pengawasan terdapat dikantor ini. Setiap bank memiliki satu kantor bank lainnya tetapi mengendalikan jalannya kebijaksanaan kantor pusat terhadap cabang-cabangnya. Dapat diartikan pula bahwa kantor pusat hanya melayani cabang-cabangnya saja dan tidak melayani jasa bank kepada masyarakat umum.

#### 2) Kantor wilayah

Kantor wilayah merupakan kantor yang membawahi beberapa cabang untuk menjadi wilayah. Tujuannya adalah untuk memudahkan koordinasi antara cabang dalam wilayah tersebut. Biasanya wilayah wilayah dibentuk berdasarkan jarak dan cabang yang ada. Kantor wilayah tidak melayani produk-produk operasional bank sehari-hari melainkan membantu kantor pusat untuk mengawasi dan mempermudah koordinasi antara bank kantor dibawahnya.

#### 3) Kantor Cabang Penuh/Utama

---

<sup>19</sup>Ari wibowo, *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di "D'STUPID BAKER" Surabaya*, (STIESIA Surabaya, volume 3 No. 12, 2014), h. 4.

<sup>20</sup>*Ibid*

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2010), h.146

Kantor cabang penuh merupakan salah satu kantor cabang yang memberikan jasa bank paling lengkap. Dengan kata lain semua kegiatan perbankan ada di kantor cabang penuh dan biasanya kantor cabang penuh membawahi kantor cabang pembantu. Biasanya berada di kota besar yang merupakan kota kepresidenan (Pembantu Gubernur). Di kota metropolita seperti Jakarta dan Surabaya terhadap beberapa cabang utama bank.

4) Kantor Cabang

Kantor cabang biasanya berada dipusat kota atau dikabupaten. Kantor cabang adalah kantor yang paling banyak melayani nasabah dengan hampir seluruh produk dan jasa yang ditawarkan bank.

5) Kantor Cabang Pembantu

Kantor Cabang Pembantu merupakan kantor cabang yang berada di bawah kantor cabang dan kegiatan jasa bank yang dilayani hanya sebagai dari kegiatan kantor cabang.

6) Kantor Kas

Kantor kas merupakan kantor bank yang paling kecil dimana kegiatannya hanya meliputi teller saja. Dengan kata lain kantor kas hanya melakukan sebagian kecil dari kegiatan perbankan dan berada dibawah kantor cabang pembantu. Bahkan sekarang ini banyak kantor kas yang dilayani dengan mobil dan sering disebut kas keliling.<sup>22</sup>

## 2. Pertimbangan Penentuan Lokasi

Hal-hal yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut:

1) Dekat dengan kawasan industry atau pabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan target pasar bagi bank adalah pabrik atau karyawan pabrik.

2) Dekat dengan perkantoran

Pilihan ini dapat diambil jika target pasar yang akan diraih oleh bank adalah kantor serta karyawan kantor tersebut, sehingga dengan membuka

---

<sup>22</sup>*Ibid*

kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan digedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama.

3) Dekat dengan pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang atau kas wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila target pasar yang ingin di raih adalah para pedagang pasar tersebut.

4) Dekat dengan perumahan atau masyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus kepada sektor ritel. Hal ini sebagai upaya mendekatkan diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu kesulitan untuk mencari kantor cabang bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilan di suatu wilayah harus turut pula menjadi pertimbangan. Meskipun lokasi yang dipilih sangat strategis, tetapi jumlah pesaingnya banyak maka hal ini harus dipertimbangkan pula. Sebab perhitungkan *market share* yang ingin di capai harus dapat dihitung secara tepat. Apabila sudah terlalu banyak pesaing maka akan mengurangi jumlah pendapatan bank. Apabila suatu daerah sudah terlalu padat, maka sebaiknya suatu bank tidak membuka kantor di daerah tersebut.<sup>23</sup>

### 3. Indikator Lokasi

Pemilihan lokasi, diantaranya:

1. Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau dengan sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas.
3. Lalu lintas, yaitu berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya impulse buying.
4. Tempat parkir yang luas dan aman

---

<sup>23</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010),

5. Lingkungan, yaitu keadaan lingkungan tempat, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.<sup>24</sup>

#### **D. Dana Pihak Ketiga**

Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan hasil mobilisasi kegiatan penghimpun dana melakukan rekening giro, rekening tabungan, rekening investasi umum, dan rekening investasi khusus. Di samping itu, bank syariah juga dapat menerbitkan obligasi syariah sebagai alternatif pembiayaan jangka panjang.<sup>25</sup>

Secara definitif disebutkan bahwa dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang dipercayakan masyarakat (diluar bank) kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana.<sup>26</sup> Penghimpunan dana dari pihak ketiga adalah usaha bank dalam menarik dan mengumpulkan dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan giro, deposito, dan surat berharga lainnya.<sup>27</sup>

Oleh sebab itu Dana Pihak Ketiga diinformasikan sebagai berikut:

DPK = tabungan + giro + deposito

#### **1. Jenis – jenis Dana Pihak Ketiga (DPK)**

##### **1) Tabungan**

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Dari sejak kanak-kanak sudah dianjurkan untuk hidup berhemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang di bawah atau di dalam celengan dan disimpan dirumah, namun factor resiko menyimpan uang dirumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan.<sup>28</sup>

Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dirumah sudah beralih ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank

---

<sup>24</sup>Rambat Lupiyoadi,, *Manajemen Pemasaran Jasa*,(Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 61-62

<sup>25</sup>Andri Soemitra,*Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta: Kencana 2009), h.69

<sup>26</sup>Eddie Rinaldi, *Manajemen Neraca Bank* (Jakarta: Indonesia Legal Center publishing, 2018), h.10

<sup>27</sup>Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h.7

<sup>28</sup>Kasmir, *Dasar-dasarPerbankan*,( Jakarta, Rajawali Pers 2010), h. 92

bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, tetapi juga memperoleh keuntungan lainnya seperti penghasilan dari bunga atau bagi hasil dari tabungan.<sup>29</sup>

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, *bilyet giro*, dan/atau alat lain yang dipersamakan dengan itu.

Dalam arti lain, tabungan adalah simpanan masyarakat pada bank, yang penarikannya hanya dilakukan setiap saat melalui buku tabungan atau melalui ATM.<sup>30</sup>

## 2) Giro

Rekening Giro atau demand deposit kadang-kadang disebut *checking account* adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahan bukuan.<sup>31</sup>

Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan, yaitu cek dan bilyet giro (BG). Apabila penarikan dilakukan secara tunai, maka sarana penarikannya adalah dengan menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan nontunai adalah dengan menggunakan bilyet giro. Di samping itu, jika kedua sarana penarikan tersebut habis atau hilang, maka nasabah dapat menggunakan sarana penarikan lainnya seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang ditandatangani di atas materai.<sup>32</sup>

## 3) Deposito

Deposito merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga.<sup>33</sup>

Simpanan dalam bentuk deposito penyetorannya dilakukan oleh deposan sebesar nilai nominal sebagaimana yang tertulis dalam waktunya (*bilyet*).

---

<sup>29</sup>*Ibid*

<sup>30</sup>Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2011), h. 46

<sup>31</sup>*Ibid*, h. 39

<sup>32</sup>Kasmir, *dasar-dasar perbankan*, (Jakarta, Rajawali Pers 2010), h.77

<sup>33</sup>*Ibid* h.102

Kemudian pada saat jatuh tempo, deposan akan menerima kembali simpanannya sebesar nilai nominal ditambah imbal hasil atau bunga sesuai yang telah disepakati.<sup>34</sup>

Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah untung yang tersimpan relative lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan juga jarang. Dengan demikian, bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit atau pembiayaan

## 2. Indikator Dana Pihak Ketiga

Tabungan Mudharabah adalah Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* Investasi yang dilakukan oleh Nasabah (sebagai pemilik dana/*Shohibul maal* ) dan Bank (sebagai pengelola dana /*Mudharib*. Penabung dapat berupa: perorangan, Badan Hukum, Badan Usaha dan Lembaga Pemerintah/Swasta. Manfaat dan fasilitas:

- a. Mendapat fasilitas Kartu ATM untuk kemudahan transaksi Anda
- b. Insentif berhadiah Umroh
- c. Bagi Hasil sesuai nisbah yang disepakati
- d. Aman, Dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) dijamin sesuai ketentuan.

## E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian skripsi ini, penulis mencantumkan peneliti terdahulu yang pernah dilakukan. Sebagai bahan rujukan dalam pengembangan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

**Tabel 2. 1**

**Tabel penelitian terdahulu**

No	Penulis	Judul Penulis	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Eka Nopita	Pengaruh	Penelitian	Perbedaan	Sama-

<sup>34</sup>*Ibid*

	Sari, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta	Produk,Lok asi, Reputasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan IAIN Surakarta Menggunak an Bank Syariah	inimenyimpulkan bakwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, namun yang dominan dari variabel tersebut adalah lokasi yang berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.	dengan penelitian Eka Nopita sari yaitu: membahas Reputasi, Pelayanan, lokasi penelitian.	sama peneliti pengaruh promosi bank syariah dan lokasi.
2	Marza Afrina, SkripsiFak ultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatull ah	Analisis Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin	Penelitian menyimpulkan, bahwa: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Produk (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah (Y). Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah (Y). Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Promosi (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah	Perbedaan dengan penelitian Marza Afrina yaitu: keputusan pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin, Lokasi dan Bank penelitian.	Sama – sama meneliti Lokasi, Promosi suatu Bank

			(Y). Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari variabel Produk (X1), Lokasi (X2), dan Promosi (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah(Y).		
3	Herwan Eko Saputro, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro	Pengaruh Promosi dan Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Simbarwaringin	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang promosi yang dilakukan oleh BMT Mentari Simbarwaringin dalam peningkatan jumlah nasabah maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Sosialisasi pihak BMT Mentari yaitu dengan penyebaran brosur, datang kewarung-warung, dan datang kerumah-rumah. Pemahaman nasabah terhadap produk-produk BMT Mentari Simbarwaringin yaitu pemahaman bagi hasil dan pengambilan keuntungan serta perbedaan dengan bunga memberi asumsi yang berbeda. Pelayanan BMT	Perbedaan dengan penelitian Eko Saputro yaitu: hanya berbeda di bank dan tempat penelitiannya.	Sama – sama meneliti Pengaruh Promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah.

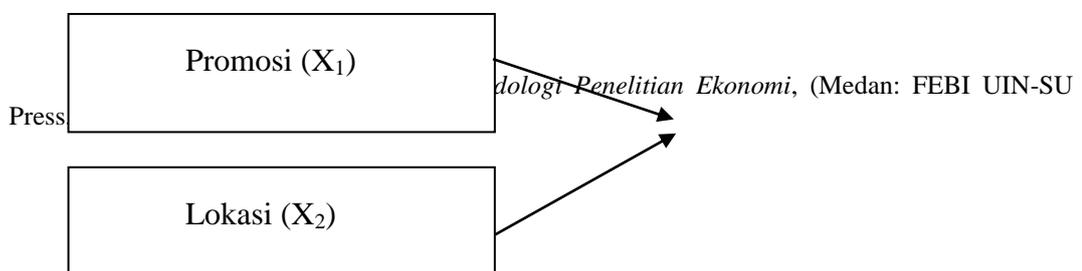
			<p>Mentari Simbarwaringin yaitu ramah tamah, baik, mempermudah nasabah dalam mengakses uang untuk transaksi ke BMT Mentari karena ada pelayanan jemput bola, serta mempermudah pinjaman kepada nasabah.</p>		
--	--	--	---	--	--

Perbedaan dan persamaan diantara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan variabel Independen dan variabel Dependen. Bagi sebagian penelitian menggunakan variabel Independen yaitu, Reputasi, Pelayanan dan produk. Sebagian penelitian sebelumnya menggunakan variabel Dependen yaitu, keputusan menggunakan Bank Syariah, keputusan pembelian nasabah Bank Syariah, peningkatan jumlah nasabah.

#### F. Kerangka Teoritis

Kerangka kerja teoritis adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan di antara berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai sesuatu hal yang penting bagi suatu masalah. Dalam hal ini, kerangka kerja teoritis membahas keterhubungan antar variabel yang dianggap terintergrasikan dalam dinamika situasi yang akan diteliti. Melalui pengembangan kerangka kerja konseptual, memungkinkan kita untuk menguji beberapa hubungan antar variabel, sehingga kita dapat mempunyai pemahaman yang komprehensif atas masalah yang sedang kita teliti.<sup>35</sup>

Berdasarkan uraian dari landasan teori yang telah dijelaskan di atas, makakerangka teoritis penelitian di jelaskan pada gambar berikut.





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran dalam Penelitian

### G. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya.<sup>36</sup>

#### 1. Promosi Dapat Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan

$H_0$  : Tidak adanya pengaruh promosi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

$H_1$  : Adanya pengaruh promosi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

#### 2. Lokasi Dapat Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan

$H_0$  : Tidak adanya pengaruh Lokasi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

$H_2$  : Adanya pengaruh Lokasi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

<sup>36</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.58

**3. Promosi dan Lokasi Dapat Berpengaruh Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan**

$H_0$  : Promosi dan Lokasi tidak Berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah.

$H_3$ : Promosi dan Lokasi Berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian dalam penyusunan skripsi ini menggunakan metode penelitian survey dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, yaitu menggambarkan dengan menganalisa promosi dan lokasi terhadap pemilihan produk Dana Pihak Ketiga Bank Sumut Syariah. Penelitian survey, yaitu penelitian yang menggunakan kuisioner sebagai instrument penelitian. Penelitian ini akan meneliti tentang data kajian yang bersifat numerik/angka yang nantinya akan menghasilkan interpretasi data.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Yang menjadi lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan dan waktu penelitian direncanakan selama 5 bulan mulai bulan Maret – Juli 2019.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Padangsidempuan. Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah Bank Sumut Kantor Cabang Padangsidempuan tahun 2018 adalah 9.330 orang.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>1</sup> Peneliti menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada. Berdasarkan rumus *slovin* jumlah sampel dihitung sebagai berikut.

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.149.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang, penulis menggunakan 10% (0,1)

$$n = \frac{9330}{1 + 9330(0.1)^2}$$

$$n = \frac{9330}{94,3}$$

$$n = 98,9395546$$

Dibulatkan menjadi 99. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99 nasabah.

#### **D. Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menggunakan *kuesioner* (angket) yang berisikan pernyataan-pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah salah satu bagian penting dalam penelitian sosial, termasuk pada penelitian sikap, kepribadian, dan tingkah laku. Peneliti membuat beberapa *kuesioner* yang bertujuan mendapatkan informasi yang berguna dalam bentuk daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai permintaan peneliti.<sup>2</sup>

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan *kuesioner* di lokasi penelitian, *Kuesioner* yang dipakai adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya dengan menggunakan *skala likert*.

---

<sup>2</sup>Meimia Nur Indah Susanti, *Statistik Deskriptif dan Induktif*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010), h.17

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>3</sup>

**Tabel 3. Istrumen Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5
2	Kurang Setuju (KS)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Setuju (S)	2
5	Sangat Setuju (SS)	1

## F. Defenisi Operasional Variable

### 1. Variable penelitian

#### a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>4</sup> Dalam hal ini adalah promosi dan lokasi Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

#### 1. Variabel Promosi (X1)

promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya. Adapun indikator promosi adalah sebagai berikut:

- a. Penjualan personal (*personal selling*)
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- c. Hubungan masyarakat (*public relation*)
- d. Pemasaran langsung (*direct marketing*)
- e. *door to door*

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metedologi penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.93

<sup>4</sup> *Ibid* h.97.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan skor 1 sampai 5, pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 5 pertanyaan. Untuk variabel X1 (Promosi) data yang diambil adalah: Skala 1 STS (Sangat tidak setuju), artinya promosi melalui spanduk – spanduk di jalanan, skala 2 TS (Tidak setuju), artinya Karyawan melakukan penjualan personal langsung kepada Nasabah yang datang, skala 3 R (Ragu-ragu), Karyawan melakukan promosi penjualan (*sales promotion*) kepada nasabah dengan memberi brosur – brosur, skala 4 S (Setuju), Penawaran produk yang dilakukan oleh karyawan Bank Sumut Syariah mudah di mengerti, skala 5 SS (Sangat setuju), artinya Karyawan melakukan pemasaran langsung atau promosi dengan ngomong langsung dengan nasabah atau melakukan penjualan *door to door*.

## 2. Indikator Variabel Lokasi (X2)

Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi lebih tegas adalah suatu letak fisik suatu badan usaha didirikan. Adapun indikator lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau dengan sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas.
- c. Lalu lintas, yaitu berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya *impulse buying*.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman
- e. Lingkungan, yaitu keadaan lingkungan tempat, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan skor 1 sampai 5, pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 5 pertanyaan. Untuk variabel X2 (Lokasi) data yang diambil adalah: Skala 1 STS (Sangat tidak setuju), artinya Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau dengan sarana transportasi umum dengan lokasi Bank, skala 2 TS (Tidak setuju), artinya Visibilitas, yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, skala 3 R (Ragu-ragu), artinya

Lalu lintas, yaitu berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya *impulse buying* cukup, skala 4 S (Setuju), artinya Tempat parkir yang luas dan aman, skala 5 SS (Sangat setuju), artinya Lingkungan, yaitu keadaan lingkungan tempat, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan sangat baik.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini variabel dependen adalah tabungan mudharabah.

Tabungan Mudharabah adalah Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* Investasi yang dilakukan oleh Nasabah (sebagai pemilik dana/*Shohibul maal*) dan Bank (sebagai pengelola dana /*Mudharib*. Penabung dapat berupa: perorangan, Badan Hukum, Badan Usaha dan Lembaga Pemerintah/Swasta.<sup>6</sup> Adapun indikator Tabungan Mudharabah adalah, sebagai berikut:

- a. Produk Tabungan Mudharabah sangat menguntungkan.
- b. produk Tabungan Mudharabah sangat mudah untuk dipahami
- c. Produk Tabungan Mudharabah sangat menarik.
- d. Bagi Hasil sesuai nisbah yang disepakati
- e. Aman, Dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) dijamin sesuai ketentuan

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan skor 1 sampai 5, pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 5 pertanyaan. Untuk variabel Y (Tabungan Mudharabah) data yang diambil adalah: Skala 1 STS (Sangat tidak setuju), artinya produk Tabungan Mudharabah sangat mengguntungkan, skala 2 TS (Tidak setuju), artinya produk Tabungan Mudharabah

---

<sup>5</sup>*Ibid*

<sup>6</sup>[www.BankSumut.com](http://www.BankSumut.com)

sangat mudah untuk dipahami, skala 3 R (Ragu-ragu), artinya Bagi hasil sesuai dengan yang disepakati, skala 4 S (Setuju), artinya Tabungan Mudharabah Aman, dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS), skala 5 SS (Sangat setuju), artinya Produk Tabungan Mudharabah sangat menarik.

## **G. Teknik Analisa Data**

Analisis data merupakan cara yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel yang lain, agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah atau dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengambil keputusan. Metode analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji statistik dan analisis regresi berganda.

### **a. Uji kualitas data**

#### **1. Uji Validasi Data**

Adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu kuesioner. Kuesioner tersebut dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner dan tidak menyimpang dari variabel yang dimaksud. Uji validasitas pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung kolerasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Kriteria yang digunakan valid atau tidak valid adalah apabila koefisien korelasi  $r$  ( $r$  hitung) kurang dari nilai  $r$  table dengan tingkat signifikansi 5% berarti butir pertanyaan tersebut tidak valid. Uji signifikansi 5% butir pertanyaan tersebut tidak valid. Uji signifikansi ini membandingkan korelasi antara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikan maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan konsep reliabilitas konsistensi internal (*internal consistency reliability*) konsep reliabilitas menurut konsistensi pendekatan ini adalah konsistensi diantara butir-butir pertanyaan atau pernyataan dalam suatu instrumen. Tingkat keterkaitan antara butir pertanyaan dan pernyataan dalam suatu instrumen untuk mengukur konstruk tertentu menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal instrumen yang bersangkutan. Dilakukan dengan cara *One Shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran variabelnya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. Biasanya untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6  $\alpha > 0,6$ ).

#### b. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan dilakukan *Kolmogov Sminow* test yang terdapat di SPSS Versi 25. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila signifikan  $>0,05$ . Selain itu metode lain dapat digunakan untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis *normal probability plot* adalah sebagai berikut:

1. Jika ada menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Imam Ghozali, *Analisis ultivariate Dengan Program SPSS* ( Semarang: UNDIP, 2005) h.

## H. Uji Asumsi Klasik

Dalam sub bab ini yang akan diuraikan dengan uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratn) hubungan/pengaruh antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Multikolinieritas dapat juga dilihat (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai tolerance yang rendah sama dengan VIF yang tinggi ( karena  $VIF = 1 / \text{Tolerance}$  ). Nilai Cuttof yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai misal nilai tolerance = 0,10 sama dengan ttingkat kolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel independen mana sajakah yang paling berkolerasi.

### 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan apakah pengganggu (e) mempunyai vaians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji heterokedastisitas dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel independent dengan residualnya. Jika nilai signifikan lebih besar  $\alpha$  (5%) maka tidak terdapat heterokedastisitas dan sebaliknya jika lebih kecil dari  $\alpha$  (5%) maka terdapat heterokedastisitas.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>*Ibid*

## I. Uji Statistik

Dalam sub bab ini yang akan diuraikan terkait dengan koefisien determinasi, uji F statistik (uji signifikan simultan), dan uji t statistik (uji signifikan parsial).

### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variable independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable-variable dependen.<sup>9</sup> Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi *R Square* ( $R^2$ ) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya.<sup>10</sup>

### 2. Uji F Statistik (Uji Signifikan Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas ( $X_1, X_2,$ ) secara bersama-sama terhadap variable tidak bebas ( $Y$ ).<sup>11</sup>

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).<sup>12</sup>

Kriteria pengujian

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima

### 3. Uji T Statistik Parsial (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk mempengaruhi kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel

---

<sup>9</sup>*Ibid*, h. 286

<sup>10</sup>*Ibid*

<sup>11</sup>V. Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) h. 162-164

<sup>12</sup>*Ibid*

dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Uji t merupakan jenis pengujian untuk melihat kemampuan dari setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

$H_0$  : Variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan produk dana pihak ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

$H_1$  : Variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan produk dana pihak ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

Dalam uji t dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan :

- 1)  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
- 2)  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ <sup>13</sup>

## J. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis regresi linier berganda. Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari satu variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda, dengan menggunakan program *SPSS For Window Versi 25*, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat (dependent variabel) Y berdasarkan dua variabel bebas (independent variable)  $X_1$ ,  $X_2$ , dalam suatu persamaan linier:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Tabungan Mudharabah)

---

<sup>13</sup> Supriyatno, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : Indeks, 2009), h.226.

$X_1$	= Variabel bebas (promosi)
$X_2$	=Variabel bebas (lokasi)
$b_0$	= konstanta
$b_1, b_2$	=Koefisien Regresi
$e$	=Standar <i>error</i> (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Sumut Syariah**

##### **1. Sejarah Bank Sumut Syariah**

Bank pembangunan daerah Sumatera Utara atau sekarang disebut PT. Bank SUMUT didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan nama BPDSU. Pada tahun 1962 berdasarkan Undan-Undang No 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara Nomor 5 Tahun 1965. Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100.000.000 dengan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II se-Sumatera Utara.<sup>1</sup>

Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No 2 Tahun 1999, bentuk badan dirubah kembali menjadi perseroan terbatas dengan nama Bank SUMUT.<sup>2</sup>

Perubahan tersebut dituangkan dalam Akte Pendirian Alina Hanum Nasution, S.H., dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dibawah Nomor 54 tanggal 6 Juli 1999. Modal dasar pada saat itu menjadi Rp. 400 Miliar yang selanjutnya dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan Bank, ditahun yang sama modal dasar kembali di tingkatkan menjadi Rp. 500 Miliar.<sup>3</sup>

Sesuai dengan Akta No. 39 tanggal 10 Juni 2008 yang dibuat dihadapan H. Marwansyah Nasution, SH, Notaris di Medan berkaitan dengan Akta Penegasan No. 0 tanggal 10 November 2008 yang telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01-87927.AH.01.02 tahun 2008 tanggal 20 November 2008 yang di umumkan dalam Tambahan Berita Negara

---

<sup>1</sup> Muhammad Rizka Alfanani, (*Laporan Akhir Magang*, UIN-SU, 2019).h.5-6

<sup>2</sup>*Ibid*

<sup>3</sup>*Ibid*

Republik Indonesia No. 10 tanggal 03 Februari 2009, maka modal dasar di tambah dari Rp .500 Miliar menjadi Rp. 1 triliun.<sup>4</sup>

Anggaran dasar bank telah beberapa kali mengalami perubahan, Anggaran dasar terakhir, sesuai dengan Akta No. 12 tanggal 18 Mei 2011 dari Notaris Afrizal Arsad Hakim, SH. Mengenai pernyataan Keputusan Rapat PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. Perubahan anggaran dasar ini telah memperoleh persetujuan dari menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-33566AHU.01.02 Tahun 2011 tanggal 05 Juli 2011, dimana modal dasar mengalami perubahan dari Rp. 1 triliun menjadi Rp. 2 triliun.<sup>5</sup>

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit/Divisi usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder PT. Bank Sumut, Khususnya direksi dan komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya Umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.<sup>6</sup>

Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguap seiring dikeluarkannya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dari hasil survei yang dilakukan 8 kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu 70 % untuk tingkat ketertarikan dan diatas 50 % untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah. Atas dasar ini, dan komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan Perbankan Syariah maka pada

---

<sup>4</sup>*Ibid*

<sup>5</sup>*Ibid*

<sup>6</sup>*Ibid*

tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah membuka 2 Unit Kantor Operasional, yaitu:<sup>7</sup>

- a. Kantor Cabang Syariah Medan
- b. Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

## 2. Makna Logo Perusahaan



**Gambar 4.1 Logo Bank Sumut Syariah**

- Bentuk logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U” yang saling berkaitan atau bersinergi membentuk uruf “S” yang merupakan kata awal “SUMUT”. Sebuah penggambaran bentuk kerja sama yang sangat erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank Sumut.
- Warna Jingga sebagai simbol atau hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna Biru yang sportif dan profesional sebagaimana Misi Bank Sumut.
- Warna Putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana Statemen Bank Sumut. Jenis uruf “*Palatino Bold*” sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.
- Warna Hijau mewakili suatu hasrat yang terus tumbuh berkembang. Tulisan *syariah* didalam logo berarti Bank Sumut yang pelaksanaan kegiatan Perbankannya berdasarkan Hukum Islam.

---

<sup>7</sup>[www.Banksumut.com](http://www.Banksumut.com)

### 3. Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Visi dari PT Bank Sumut adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dari segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

#### b. Misi

Misi dari PT Bank SUMUT adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang di dasarkan pada prinsip-prinsip compliance.

### 4. Produk Penghimpunan Dana

Adapun produk – produk Penghimpunan Dana Bank Sumut Syariah Sebagai berikut: <sup>8</sup>

#### 1. iB Martabe Wadiah

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan setiap saat, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. bersifat titipan yang dikelola sesuai dengan prinsip *Wadiah Yad-dhamanah*. Karena merupakan dana titipan maka bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung, namun bank boleh memberikan bonus yang besar dan waktu pemberiannya tidak diperjanjikan di awal.

Persyaratan dan Ketentuan tabungan iB Martabe Wadiah:

- a. Fotokopi kartu diri berua KTP
- b. Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
- c. Setoran awal R.10.000,-
- d. Setoran selanjutnya minimal R.10.000,-

Aman, Dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) \*dijamin sesuai ketentuan.

---

<sup>8</sup>*Ibud*

## 2. Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (*Marhamah*)

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* Investasi yang dilakukan oleh Nasabah (sebagai pemilik dana/*Shohibul maal* ) dan Bank (sebagai pengelola dana /*Mudharib*. Penabung dapat berupa: perorangan, Badan Hukum, Badan Usaha dan Lembaga Pemerintah/Swasta. Persyaratan dan Ketentuan tabungan iB Martabe Bagi Hasil :

- b. Fotokopi kertu identitas diri berupa KTP
  - c. Fotokopi identitas perusahaan seperti identitas pengurus, NPWP, Akta Perusahaan
  - d. Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
  - e. Setoran awal Rp.50.000,-
  - f. Setoran selanjutnya minimal R.10.000,-
- Manfaat dan fasilitas
- a. Mendapat fasilitas Kartu ATM untuk kemudahan transaksi Anda
  - b. Insentif berhadiah Umroh
  - c. Bagi Hasil sesuai nisbah yang disepakati
  - d. Aman, Dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) dijamin sesuai ketentuan

## 3. Deposito iB Ibadah

Deposito iB, investasi berjangka yang menguntungkan dan berkembang dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*. Berdasarkan prinsip tersebut Bank dapat melakukan bermacam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan menguntungkan. Investasi disalurkan untuk usaha yang produktif dan hala.

Jangka Waktu: Keleluasaan menentukan jangka waktu yang diinginkan, 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

Manfaat:

- a. Bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati
- b. Dengan pilihan sistem Automatic Roll over (ARO) maka deposito dapat diperpanjang secara otomatis sehingga Anda tidak perlu datang ke Kantor Kami untuk melakukan perjanjian.
- c. Bebas penalti jika pencairan sebelum jatuh tempo, bagi hasil tetap diberikan berdasarkan saldo rata-rata.
- d. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan (*back to back*).

Persyaratan dan Ketentuan:

- a. Fotokopi kartu diri berupa KTP
- b. Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
- c. Setoran awal R.1.000.000,-
- d. Deposito dapat dicairkan orang lain dengan Surat Kuasa.

4. Giro iB Wadiah

Mempermudah transaksi keuangan dalam Bisnis definisi *Giro* dengan prinsip *wadiah Yad Ad Dhamamah* (titipan dana) yaitu rekening tidak akan berkurang karena biaya administrasi kecuali karena penarikan dengan cek atau *bilyet*.

Keuntungan:

- c. Setoran awal yang ringan
- d. Biaya administrasi bulanan yang murah
- e. Persyaratan pembukaan rekening mudah.

Persyaratan :

- a. Fotokopi identitas diri berupa KTP/Passort/KITAS/KIMS.
- b. Mengisi dan menandatangani formulir Permohonan pembukaan rekening.
- c. Setoran awal perorang minimal Rp.1.000.000,- dan perusahaan minimal Rp.2.000.000,-
- d. Saldo minimal rekening Rp.500.000,-

- e. NPWP
- f. Paspoto ukuran 3X4= 2 lembar
- g. Pajak sesuai ketentuan Pemerintah

Khusus Badan Usaha harus melengkapi :

- a. SIUP /TDP/ Ijin Usaha lainnya
- b. Surat Keputusan Menteri Kehakiman (PT)
- c. Akte Perusahaan
- d. Surat Keterangan Domisili Perusahaan

#### 5. Giro iB Mudharabah

Mudah dan Untung dalam bertransaksi definisi *Giro* dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dan Bank sebagai pengelola dana.

Keuntungan:

- a. Setoran awal yang ringan
- b. Biaya administrasi bulanan yang murah
- c. Persyaratan pembukaan rekening mudah.

Persyaratan :

- a. Fotokopi identitas diri berupa KTP/Passort/KITAS/KIMS.
- b. Mengisi dan menandatangani formulir Permohonan pembukaan rekening.
- c. Setoran awal perorang minimal Rp.1.000.000,- dan perusahaan minimal Rp.2.000.000,-
- d. Saldo minimal rekening Rp.500.000,-
- e. NPWP
- f. Paspoto ukuran 3X4= 2 lembar
- g. Pajak sesuai ketentuan Pemerintah

Khusus Badan Usaha:

- a. Diperpanjang secara otomatis (ARO)
- b. Pajak sesuai ketentuan pemerintah.

Khusus Badan Usaha harus melengkapi :

- a. SIUP /TDP/ Ijin Usaha lainnya
- b. Surat Keputusan Menteri Kehakiman (PT)
- c. Akte Perusahaan
- d. Surat Keterangan Domisili Perusahaan

## **5. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan**

### **1. Pemimpin Cabang**

#### **a. Fungsi utama**

Mengarahkan, merencanakan dan mengontrol proses bisnis dan operasional kantor Cabang dan unit kantor dibawahnya untuk mencapai target bisnis dan kepuasan nasabah.

#### **b. Tanggung Jawab**

1. Terselenggaranya operasional kantor cabang dan unit kantor dibawahnya dengan efektif dan efisien.
2. Terbinanya hubungan baik dengan nasabah dikantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
3. Terlaksananya pengawasan terhadap bawahannya dan unit kantor dibawahnya dalam mencapai target dan sasaran yang telah ditetapkan terkait bisnis baik dana maupun kredit.
4. Terlaksananya pengelolaan dana promosi kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
5. Tercapainya target bisnis ( dana dan kredit ) kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
6. Tersedianya dan terlaksananya program kerja dan anggaran di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
7. Terlaksananya pengelolaan manajemen SDM di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
8. Tersedianya dan terlaksananya kebijakan, sistem, dan prosedur di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
9. Terciptanya penerapan GCG di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.

10. Terselenggaranya kegiatan identifikasi, mengukur, menganalisa, mengendalikan dan melaporkan terhadap setiap risiko di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
  11. Terlaksananya pengelolaan risiko di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
  12. Terlaksananya budaya kepatuhan di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
  13. Terlaksananya budaya layanan di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
- c. Uraian Tugas
1. Mengarahkan dan mengontrol terlaksananya fungsi otorisasi aktivitas finansial dan non finansial sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  2. Mengarahkan dan mengontrol sistem operasional kantor cabang dan unit kantor di bawahnya agar berjalan dengan efektif dan sesuai ketentuan.
  3. Mengarahkan dan mengontrol sistem pelayanan nasabah di kantor cabang dan unit kantor di bawahnya sesuai regulasi.
  4. Memonitor dan mengevaluasi kinerja unit kantor di bawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka mengoptimalkan kinerja.
  5. Memonitor dan mengevaluasi pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
  6. Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis di produk dana dan jasa serta kredit dalam rangka memastikan ketersediaan peta potensi bisnis yang akurat.
  7. Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta kredit agar tercapainya target bisnis kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.

8. Mengarahkan strategi bisnis dan pemberian kredit sesuai dengan kebijakan kepada bawahannya dan unit kantor dibawahnya dalam rangka terciptanya kualitas dana dan jasa serta kredit yang sehat.
9. Merencanakan dan menetapkan, serta mengarahkan program kerja dan angsuran untuk mencapai target kinerja kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
10. Merencanakan kebutuhan SDM untuk memastikan kesiapan karyawan di di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
11. Mengarahkan kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
12. Mengarahkan terlaksananya penerapan prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
13. Mengontrol dan mengarahkan pengelolaan serta mitigasi atas risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
14. Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
15. Mengarahkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
16. Mengontrol pengelolaan dokumen, arsip, dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
17. Mengontrol keterbukaan informasi di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

d. Wewenang

1. Fiat bayar dan pengesahan / penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
2. Membuka rekening atas nama Bank Sumut di Bank lain sesuai wewenangnya.
3. Menyetujui transaksi kiriman uang RTGS sesuai wewenangnya.
4. Keputusan special rate sesuai wewenangnya.
5. Pemutusan surat bank garansi sesuai wewenangnya.
6. Pemutusan kredit sesuai wewenangnya.
7. Keputusan pemberian diskon bunga dan denda untuk kredit non – performing sesuai wewenangnya.
8. Mutasi internal dan rotasi pegawai sesuai wewenangnya.
9. Pengeluaran anggaran sesuai wewenangnya.
10. Penilaian kinerja, pembinaan dan pengembangan bawahannya dan unit kantor dibawahnya.
11. Ijin absensi, cuti, surat tugas jalan, nota dinas.
12. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
13. Memberi sanksi terhadap pegawai di lingkungan kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
14. Pembebasan tugas dan / atau jabatan kepada pegawai di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya terkait dengan dugaan pelanggaran disiplin.

2. Wakil Pemimpin Cabang

a. Fungsi utama

Memonitor kegiatan operasional cabang dan unit kantor dibawahnya untuk memastikan kehandalan operasional dan kepuasan nasabah.

b. Tanggung Jawab

1. Tersedianya data base nasabah yang akurat.
2. Terlaksananya kegiatan pelayanan nasabah di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
3. Terjaganya likuiditas bank di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
4. Terselenggaranya proses *Accounting & operational control* di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
5. Terciptanya dan terlaksananya koordinasi operasional antara unit kantor dibawahnya agar lebih efektif dan efisien.
6. Terlaksananya pendampingan terkait keputusan kredit.
7. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
8. Terlaksananya supervisi atas keakuratan laporan dari unit kerjanya ke pihak eksternal.
9. Terlaksananya kebijakan, sistem, dan prosedur di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
10. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
11. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
12. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
13. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.

c. Uraian Tugas

1. Memonitor sistem pendataan nasabah agar memenuhi aspek kehati – hatian dan regulasi.
2. Memonitor sistem / proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.

3. Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kewajiban likuiditas bank di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
4. Memonitor dan mengevaluasi aktivitas transaksi keuangan sesuai dengan ketentuan berlaku.
5. Memonitor sistem APU – PPT dan anti fraud agar sesuai regulasi eksternal dan internal.
6. Memonitor kelancaran sistem manajemen teknologi sistem informasi untuk mendukung kelancaran operasional unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
7. Memonitor dan meningkatkan tata kelola operasional ( logistik, kepegawaian, pemenuhan & pengamanan fasilitas, dll ) dan rekanan / vendor dalam rangka terciptanya kegiatan operasional yang efektif dan efisien di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
8. Memonitor dan mengevaluasi kinerja operasional unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja operasional.
9. Mendukung kegiatan pemutusan permohonan kredit untuk mempertahankan kualitas portofolio kredit yang sehat.
10. Memastikan kebenaran jumlah fisik uang dengan angka neraca unit kerjanya.
11. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
12. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.
13. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.

14. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
  15. Menerapkan kegiatan budaya keatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
  16. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas pelayanan di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
  17. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya.
  18. Mengidentifikasi keterbukaan informasi unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Wewenang fiat bayar dan pengesahan / penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
  2. Menyetujui transaksi kiriman uang RTGS sesuai wewenangnya.
  3. Membuka dan menutup khazanah sesuai dengan wewenangnya.
  4. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  5. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  6. Pemutusan kredit sesuai wewenangnya.
3. Pemimpin Seksi Pemasaran Cabang
- a. Fungsi utama  
Mengkoordinasikan kegiatan pemasaran barang dan jasa, serta kredit dalam rangka pencapaian target bisnis dana dan jasa serta kredit.

b. Tanggung Jawab

1. Terbinanya hubungan dengan nasabah.
2. Tersedianya pemetaan potensi pasar dana, jasa dan kredit.
3. Terlaksananya kegiatan pemasaran dana, jasa dan kredit.
4. Terlaksananya kegiatan monitoring dan sipervisi kredit sadi 1 & 2.
5. Terlaksananya proses analisis kredit yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
6. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
7. Terlaksananya kebijakan, sistem prosedur di unti kerjanya.
8. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
9. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
10. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
11. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

c. Uraian Tugas

1. Mengkooorinasikan proses pemeliharaan nasabah existing dalam rangka peningkatkan kepuasan nasabah.
2. Merekomendasikan pemetaan potensi bisnis hasil analisa informasi market intellegence terkait produk dana dan jasa serta krediti agar tercapainya target produk dana dan jasa serta kredit.
3. Mengkoordinasikan program pemasaran produk dana dan jasa serta kreditagar tercapainya target bisnis.
4. Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan monitoring dan suvervisi kredit sandi 1 – 2 sesuai ketentuan yang berlaku.
5. Mengkoordinasikan dan memonitor proses penilaian kredit dan keabsahan legalitas dokumen kredit untuk menjaga kualitas kredit yang diberikan pada calon debitur.

6. Melakukan kegiatan pemutusan kegiatan permohonan kredit hasil analisis untuk menjaga kualitas kredit yang diberikan pada calon debitur.
  7. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
  8. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
  9. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.
  10. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
  11. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
  12. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
  13. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  14. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Wewenang fiat bayar dan pengesahan / penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
  2. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  3. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4. Pemimpin Seksi Pelayanan Nasabah kantor Cabang
  - a. Fungsi utama

Mengkoordinasikan proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
  - b. Tanggung Jawab
    1. Terlaksananya pengelolaan uang tunai.
    2. Terlaksananya pengamanan brankas.
    3. Terlaksananya transaksi pembukuan tunai dan non tunai.
    4. Terlaksananya pelayanan pemda.
    5. Terlaksananya administrasi pelayanan nasabah.
    6. Terlaksananya pelayanan informasi.
    7. Tersedianya data nasabah yang akurat.
    8. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
    9. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
    10. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
    11. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
    12. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
    13. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.
  - c. Uraian Tugas
    1. Mengkoordinasi rekapitulasi kebutuhan / kelebihan uang tunai kantor cabang dan unit kantor dibawahnya agar sesuai kebutuhan dan regulasi.
    2. Mengkoordinasikan distribusi uang internal sesuai kebutuhan dan regulasi.
    3. Mengkoordinasikan perhitungan posisi keuangan agar sesuai dengan target.
    4. Mengkoordinasikan pengisian uang tunai di ATM untuk meningkatkan pelayanan nasabah.
    5. Mengkoordinasikan keamanan brankas bersama Wapim cabang untuk meningkatkan keamanan isi brankas.

6. Mengkoordinasikan otorisasi tunai dan non tunai agar sesuai dengan ketentuan ( Teller, Teller non tunai ).
7. Me-riview proses administrasi transaksi SP2D ( bank sumut dan bank lain ) termasuk dengan dokumen pembanding untuk memastikan keakuratan transaksi.
8. Me-riview proses administrasi transaksi untuk memastikan keakuratan transaksi.
9. Mengkoordinasi rekonsiliasi rekening pemda untuk memastikan keakuratan transaksi.
10. Mengkoordinasi proses pemberian kartu ATM untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
11. Mengkoordinasi penjualan warkat / bilyet sesuai regulasi.
12. Mengkoordinasi penyelesaian pengaduan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
13. Mengkoordinasi proses pengkinian informasi data dan rekening nasabah agar sesuai regulasi.
14. Mengkoordinasikan pemeriksaan reputasi nasabah dalam rangka APU – PPT.
15. Mengkoordinasikan proses rehabilitasi daftar hitam nasional ( DHN ).
16. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
17. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
18. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.
19. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.

20. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
  21. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
  22. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  23. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Wewenang fiat bayar dan pengesahan / penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
  2. Membuka dan menutup brankas sesuai wewenangnya.
  3. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  4. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Pemimpin Seksi Operasional kantor Cabang
- a. Fungsi utama
- Mengkoordinasikan kegiatan transfer, akuntansi dan operasional umum dalam rangka meningkatkan kinerja operasional.
- b. Tanggung Jawab
1. Tersedianya fasilitas kerja yang memadai.
  2. Tersedianya pengamanan kantor dan pengiriman.
  3. Tersedianya administrasi kepegawaian.
  4. Terlaksananya administrasi perkantoran.
  5. Terlaksananya administrasi pengiriman uang, kliring, RTGS, Inkaso.
  6. Terlaksananya administrasi penerimaan negara.
  7. Terlaksananya proses pelimpahan pajak.
  8. Terlaksananya *proces contingency plan*.
  9. Terlaksananya verifikasi transaksi.

10. Terlaksananya rekonsiliasi transaksi rekening antar kantor.
  11. Terlaksananya pembukuan transaksi ( amortisasi, posting ).
  12. Terlaksananya konsolidasi laporan keuangan cabang dan unit kerja dibawahnya.
  13. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
  14. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
  15. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
  16. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
  17. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
  18. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.
- c. Uraian Tugas
1. Mengkoordinasikan pengelolaan infrastruktur untuk mendukung operasional kantor.
  2. Mengkoordinasi pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank.
  3. Mengkoordinasikan proses pengamanan kantor sesuai regulasi bank.
  4. Mengkoordinasikan pengamanan distribusi uang untuk memastikan keamanan.
  5. Mengkoordinasikan administrasi kepegawaian untuk mendukung operasional.
  6. Mengatur rotasi tenaga alih daya / tenaga honor untuk memenuhi kebutuhan SDM bank.
  7. Me-review sistem jaringan informasi agar berefungsi secara optimal.
  8. Mengkoordinasikan administrasi surat – menyurat.
  9. Mengkoordinasikan pengelolaan kebutuhan operasional ( ATK, BBC ) unit kerja untuk mendukung operpasional.
  10. Mengkoordinasi kerjasama dengan rekanan / mitra kerja untuk mendukung operasional bank.

11. Mengkoordinasikan kegiatan pengiriman / transfer uang agar sesuai regulasi dan meningkatkan kepuasan nasabah.
12. Mengkoordinasikan administrasi, evaluasi dan klarifikasi pelimpahan dan pelaporan penerimaan negara agar memastikan keakuratan transaksi dan regulasi.
13. Mengkoordinasikan proses penerimaan dan pembukuan untuk memastikan keakuratan transaksi.
14. Me-riview nota pembukuan untuk memastikan keabsahan transaksi.
15. Me-riview kegiatan verifikasi melalui sistem aplikasi core banking bank sumut agar terjadi kesesuaian data.
16. Menindaklanjuti rekonsiliasi dengan kantor terkait untuk menjamin keakuratan transaksi.
17. Mengkoordinasikan laporan konsolidasi keuangan bulanan untuk internal dan bank Indonesia untuk menjamin keakuratan transaksi dan kepatuhan pada regulasi.
18. Me-riview laporan keuangan dan performance untuk memastikan keakuratan laporan.
19. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
20. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
21. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.
22. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
23. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.

24. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
  25. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  26. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Penetapan pembagian tugas dan pembinaan alih daya / tenaga honor.
  2. Wewenang fiat bayar dan sesuai wewenangnya.
  3. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
6. Pemimpin Seksi Legal Dan Administrasi Kredit kantor Cabang
- a. Fungsi utama
- Mengkoordinasikan proses administrasi kredit dan legal aspek pengikatan kredit dalam rangka pencapaian target realisasi.
- b. Tanggung Jawab
1. Terlaksananya proses realisasi kredit sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  2. Memastikan legal aspek dokumen kredit yang akan direalisasi.
  3. Tersedianya laporan administrasi kredit.
  4. Terlaksananya proses pengelolaan barang agunan sesuai ketentuan yang berlaku.
  5. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
  6. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
  7. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
  8. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
  9. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.

10. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

c. Uraian Tugas

1. Mengkoordinasikan dan memverifikasi proses realisasi kredit dalam rangka mendukung *prudential banking*.
2. Mengkoordinasikan dan memverifikasi proses pengikatan kredit dalam rangka mendukung terjadinya legalitas dokumen permohonan kredit yang lengkap dan sah.
3. Mengkoordinasi proses pemantauan peningkatan status kepemilikan dokumen barang agunan untuk pengikatan kredit.
4. Mengkoordinasi permintaan penyimpanan dan pengambilan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan dengan prosedur.
5. Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait pertanggung jawaban / asuransi baik jaminan atau jiwa kepada pihak asuransi.
6. Meriview proses administrasi legal dokumen terkait pengikatan kredit dan pengikatan jaminan untuk legalitas dokumen permohonan kredit yang lengkap dan sah.
7. Memeriksa pelaporan sistem informasi debitur terkait informasi pembayaran kredit lainnya oleh debitur.
8. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
9. Melaksanakan opname fisik atas seluruh surat barang agunan.
10. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
11. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.

12. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
  13. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
  14. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
  15. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  16. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Menolak realisasi kredit apabila tidak memenuhi legal aspek atau ketentuan yang berlaku.
  2. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  3. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
7. Pemimpin Seksi Penyelamatan Kredit kantor Cabang
- a. Fungsi utama
- Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti kegiatan kredit sandi 3 – 5 dalam rangka menjaga kelancaran pembayaran kredit.
- b. Tanggung Jawab
1. Terlaksananya kegiatan monitoring pembayaran kredit oleh debitur.
  2. Terlaksananya kegiatan penagihan.
  3. Terlaksananya analisis dan administrasi restrukturasi kredit.
  4. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
  5. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
  6. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
  7. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.

8. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
9. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

c. Uraian Tugas

1. Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti proses monitoring pembayaran kredit oleh debitur agar terciptanya pembayaran kredit yang lancar.
2. Mengkoordinasikan dan memonitor program penagihan agar tercapainya target perbaikan kualitas kredit.
3. Mengkoordinasikan dan memonitor proses penyelamatan kredit untuk mencegah kredit macet yang semakin meingkat.
4. Meengkoordinasikan program kunjungan ke debitur dalam rangka penanganan restrukturasi krediti bermasalah berjalan dengan efektif.
5. Mengkoordinasikan dan menilai hasil proses permohonan restrukturasi dalam rangka mencegah penurunan kualitas kredit.
6. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
7. Melakukan pemetaan terhadap alternatif penyelesaian kredit bermasalah.
8. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
9. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.
10. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
11. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.

12. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.
  13. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  14. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  2. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
8. Head Teller
- a. Fungsi utama
- Menyediakan dan memeriksa uang tunai dan transaksi pembukuan untuk menjamin efektivitas transaksi.
- b. Tanggung Jawab
1. Terlaksananya pengelolaan uang tunai.
  2. Terlaksananya otorisasi transaksi uang tunai dan non tunai.
  3. Tersedianya laporan transaksi.
  4. Terlaksananya standar kualitas pelayanan teller.
  5. Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
  6. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
  7. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
  8. Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
  9. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
  10. Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.
- c. Uraian Tugas
1. Menerima dan menghitung fisik uang tunai untuk memastikan keakuratan transaksi.
  2. Memeriksa saldo mesin ATM agar sesuai ketentuan.

3. Melakukan pengawasan pengembalian dan pengisian uang tunai ke mesin ATM untukn meningkatkan pelayanan nasabah.
4. Melakukan approval atas transaksi tunai dan overbooking pada teller tunai sesuai ketentuan.
5. Memeriksa kelengkapan dan kebenaran nota untuk memastikan keakuratan transaksi.
6. Melaksanakan rekapitulasi harian pemindahan uang tunai untuk memastikan keakuratan transaksi.
7. Mendistribusikan berita avara ke kantor intern untuk selanjutnya diarsipkan sesuai ketentuan.
8. Memeriksa penerimaan uang tunai harian untuk memastikan keakuratan transaksi.
9. Melaksanakan penyimpanan uang kedalam brankas / khazanah / kluis untuk menjamin keamanan fisik uang.
10. Mengevaluasi standar pelayanan teller untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
11. Mengkoordinasikan dan meriview pekerjaan bawahannya.
12. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating procedure* di unit kerjanya.
13. Menerapkan dan memonitor prinsip – prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governancedi* unit kerjanya.
14. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
15. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
16. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya.

17. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
  18. Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- d. Wewenang
1. Wewenang fiat bayar dan pengesahan / penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
  2. Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
  3. Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Identifikasi Responden

Penyajian data responden bertujuan melihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antara variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil – hasil penelitian. Adapun penelitian ini, jumlah respondennya adalah 99 orang responden. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada ketentuan sesuai dengan rumus slovin.

#### a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas dibawah ini menjelaskan jenis kelamin dari berbagai responden.

Tabel 4.1

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Resonden	Persentase (%)
Laki –laki	39	60,6%
Perempuan	60	39,4%
Jumlah	99	100%

Sumber: diolah dari data angket, 2019

#### b. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas dibawah menjelaskan tentang usia berbagai responden.

Teb1 4.2  
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20-29 Tahun	31	31,3%
30-39 Tahun	30	30,3%
40-49 Tahun	25	25,3%
> 50 Tahun	13	13,1%
Jumlah	99	100%

Sumber: Diolah dari data angket , 2019

## 2. Deskripsi Variabel

### a. Variabel Bebas Promosi (X1)

Berikut ini adalah deskripsi jawaban responden mengenai variabel promosi.

Tabel 4.3  
Hasil Kuesioner Variabel Bebas Promosi (X1)

No. Per	Alternatif Jawaban										Total	
	STS		TS		R		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	14	14,14	34	34,34	19	51,52	99	100
2	0	0	2	2,02	10	10,10	43	43,43	44	44,45	99	100
3	0	0	3	3,03	20	20,20	41	41,42	35	35,35	99	100
4	0	0	1	1,01	19	19,2	42	42,42	37	37,37	99	100
5	0	0	0	0	19	19,2	40	40,4	40	40,4	99	100

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Kepada Nasabah Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas untuk Variabel Promosi (X1) pada item pernyataan pertama, yaitu promosi melalui spanduk – spanduk di jalanan sebanyak 14 orang (14,14%) menyatakan Ragu-ragu, 34 orang (34,34%) menyatakan setuju, 51 orang (51,52%) menyatakan sangat setuju.

Pernyataan kedua, yaitu penjualan personal rendah sebanyak 2 orang (2,02) menyatakan tidak setuju, 10 orang (10,10%) menyatakan ragu-ragu, 43 orang (43,43%) menyatakan setuju, 44 orang (44, 45%) menyatakan sangat setuju.

Pernyataan ketiga, yaitu promosi penjualan (*sales promotion*) sebanyak 3 orang (3,03%) menyatakan tidak setuju, 20 orang (20,20%) menyatakan ragu-ragu, 41 orang (41,42%) menyatakan setuju, 35 orang (35,35%) menyatakan sangat setuju.

Pernyataan keempat, yaitu Penawaran produk yang dilakukan oleh karyawan Bank Sumut Syariah mudah di mengerti sebanyak 1 orang (1,01%) menyatakan tidak setuju, 19 orang (19,20%) menyatakan ragu-ragu, 42 orang (42,42%) menyatakan setuju, 37 orang (37,37%) menyatakan sangat setuju.

Pernyataan kelima, yaitu pemasaran langsung atau promosi dan ngomong langsung dengan nasabah sangat tinggi sebanyak 19 orang (19,2%) menyatakan ragu-ragu, 40 orang (40,4%) menyatakan setuju, 40 orang (40,4%) menyatakan sangat setuju.

a. Variabel Bebas Lokasi (X2)

Berikut ini adalah deskripsi jawaban responden mengenai variabel lokasi

Tabel 4.4

Hasil Kuesioner Variabel Bebas Lokasi (X2)

No. Per	Alternatif Jawaban										Total	
	STS		TS		R		S		SS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	0	0	0	0	11	11,1	52	52,5	36	36,4	99	100
2	0	0	0	0	12	12,1	45	45,5	42	42,4	99	100
3	0	0	0	0	14	14,1	61	61,6	24	24,3	99	100

4	0	0	1	1,01	12	12,12	39	39,39	47	47,48	99	100
5	0	0	0	0	15	15,2	34	34,3	50	50,5	99	100

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Kepada Nasabah Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas untuk Variabel Lokasi (X2) pada item pernyataan pertama, yaitu akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau dengan sarana transportasi umum ke lokasi Bank Sumut Syariah sebanyak 11 orang (11,1%) menyatakan ragu-ragu, 52 orang (52,5%) menyatakan setuju, 36 orang (36,4%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan kedua, yaitu visibilitas, yaitu keberadaan lokasi dan bangunan bank yang dapat dilihat dengan jelas sebanyak 12 orang (12,1%) menyatakan ragu-ragu, 45 orang (45,5%) menyatakan setuju, 42 orang (42,4%) menyatakan setuju.

Pertanyaan keempat, yaitu lalu lintas, yaitu Bank Sumut Syariah berada pada daerah banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya *implulse buying* (proses pembelian tanpa ada niat untuk membeli sebelum) sebanyak 14 orang (14,1%) menyatakan kurang setuju, 61 orang (61,6%) menyatakan ragu-ragu, 24 orang (24,3%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan keempat, yaitu Bank menyediakan tempat parkir yang luas dan aman sebanyak 1 orang (1,01%) menyatakan tidak setuju, 12 orang (12,12%) menyatakan ragu-ragu, 39 orang (39,39%) menyatakan setuju, 47 orang (47,48%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan kelima, yaitu Lingkungan Bank, yaitu keadaan lingkungan tempat bank, meliputi kebersihan dan kenyamanan bank sangat baik sebanyak 15 orang (15,2%) menyatakan ragu-ragu, 34 orang (34,3%) menyatakan setuju, 50 orang (50,0%) menyatakan sangat setuju.

#### b. Deskripsi Variabel Terikat Tabungan Mudharabah (Y)

Berikut ini adalah deskripsi jawaban responden mengenai variabel terikat

Tabel 4.5  
Hasil Kuesioner Deskripsi Variabel Terikat Tabungan Mudharabah (Y)

No. Per	Alternatif Jawaban										Total	
	STS		TS		R		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	1	1,01	22	22,22	39	39,4	37	37,37	99	100
2	0	0	1	1,01	26	26,26	29	29,29	43	43,44	99	100
3	0	0	0	0	14	14,1	48	48,5	37	37,4	99	100
4	0	0	0	0	16	16,16	36	36,36	43	47,48	99	100
5	0	0	0	0	14	14,1	54	54,6	31	31,3	99	100

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Kepada Nasabah Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas untuk Variabel Terikat Tabungan Mudharabah (Y) pada pertanyaan pertama, yaitu produk Tabungan Mudharabah sangat menguntungkan sebanyak 1 orang (1,01%) menyatakan tidak setuju, 22 orang (22,22%) menyatakan ragu-ragu, 39 orang (39,40%) menyatakan setuju, 37 orang (37,37%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan kedua, yaitu konsep dan sistem produk Tabungan Mudharabah sangat mudah untuk dipahami sebanyak 1 orang (1,01%) menyatakan tidak setuju, 26 orang (26,3%) menyatakan ragu-ragu, 29 orang (29,3%) menyatakan setuju, 43 orang (43,4%) menyatakan sangat setuju.

Petanyaan ketiga, yaitu produk Tabungan Mudharabah memberikan Insentif berhadiah Umroh s sebanyak 14 orang (14,1%) menyatakan ragu-ragu, 48 orang (48,5) menyatakan setuju, 37 orang (37,4%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan keempat, yaitu bagi hasil sesuai dengan kesepakatan ebanyak 16 orang (16,16%) menyatakan ragu-ragu, 36 orang (36,36) menyatakan setuju, 47 orang (47,48%) menyatakan sangat setuju.

Pertanyaan kelima, yaitu produk Tabungan Mudharabah Aman, dijamin oleh Lembaga Pemjamin Simpanan (LPS) sebanyak 14 rang (14,1%) menyatakan ragu-ragu, 54 orang (54,6%) menyatakan setuju, 31 orang (31,3%) menyatakan sangat setuju.

### C. Uji Persyaratan Analisis

#### 1. Uji Validitas Data

Setelah mengumpulkan kuesioner dari responden, kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan nilai  $r$  table *Degree of Freedom*  $=n-k$ , dan daerah sisi pengujian dengan signifikansi 0,05. jika  $r$  hitung tiap item variabel pernyataan bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  tabel maka item variabel pernyataan tersebut dikatakan valid,  $r$  tabel dicari pada signifikansi 0,05, dengan uji dua sisi (*Two Tailed*) dan jumlah data ( $n$ ) = 99.

Pada pengujian validitas yang telah diberikan kepada 99 responden untuk memenuhi pengujian yang akan dilakukan. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah, dimana  $r$  tabel adalah yang dihitung dari  $df= n-2 = 99-2 =97$  (dimana  $N$  adalah jumlah responden).

Adapun hasil uji validitas data dalam penelitian ini dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi X1

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,549	0,1975	VALID
2	0,783	0,1975	VALID
3	0,769	0,1975	VALID
4	0,672	0,1975	VALID
5	0,533	0,1975	VALID

Sumber : data primer yang diolah SPSS 25, 2019

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas. Item-item pertanyaan pada kuesioner jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid. Hasil analisis uji validitas item pertama menghasilkan r hitung sebesar 0,549 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item pertama dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item kedua menghasilkan r hitung sebesar 0,783 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kedua dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item ketiga menghasilkan r hitung sebesar 0,769 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item ketiga dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item keempat menghasilkan r hitung sebesar 0,672 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item keempat dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item kelima menghasilkan r hitung sebesar 0,533 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kelima dinyatakan VALID.

Tabel 4.7

## Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi X2

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,656	0,1975	VALID
2	0,559	0,1975	VALID
3	0,652	0,1975	VALID
4	0,687	0,1975	VALID
5	0,753	0,1975	VALID

Sumber : data primer yang diolah SPSS 25, 2019

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas X2. Item-item pertanyaan pada kuesioner jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid. Hasil analisis uji validitas item pertama menghasilkan r hitung sebesar 0,656 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item pertama dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item kedua menghasilkan r hitung sebesar 0,559 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kedua dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item ketiga menghasilkan r hitung sebesar 0,652 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item ketiga dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item keempat menghasilkan r hitung sebesar 0,687 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item keempat dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item kelima menghasilkan r hitung sebesar 0,753 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kelima dinyatakan VALID.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Tabungan Mudharabah Y

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,690	0,1975	VALID
2	0,754	0,1975	VALID
3	0,753	0,1975	VALID
4	0,692	0,1975	VALID
5	0,561	0,1975	VALID

Sumber : data primer yang diolah SPSS 25, 2019

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas Y. Item-item pertanyaan pada kuesioner jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid. Hasil analisis uji validitas item pertama menghasilkan r hitung sebesar 0,690 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item pertama dinyatakan VALID.

Hasil analisis uji validitas item kedua menghasilkan r hitung sebesar 0,754 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kedua dinyatakan VALID

Hasil analisis uji validitas item ketiga menghasilkan r hitung sebesar 0,753 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item ketiga dinyatakan VALID

Hasil analisis uji validitas item keempat menghasilkan r hitung sebesar 0,692 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item keempat dinyatakan VALID

Hasil analisis uji validitas item kelima menghasilkan r hitung sebesar 0,561 lebih besar dari r tabel 0,1975 dengan nilai *signifikan* = 0,05 maka item kelima dinyatakan VALID

## B. Uji Reliabilitas Data

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konstan atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 ( $\alpha > 0,6$ ).

Tabel 4.9

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Reability Coefficients</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Promosi	5 Item	680	Reliable
Lokasi	5 Item	681	Reliable
Tabungan Mudharabah	5 Item	727	Reliable

Sumber: pengolahan Data SPSS Versi 25 (2019)

Dari hasil uji reabilitas diatas, dapat dikatakan bahwa variabel promosi memiliki 5 item dari jumlah *Conbach's alpha* 0,680 dan diatas nilai standar 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwan item pengukur variabel dari kuesioner promosi bersifat reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

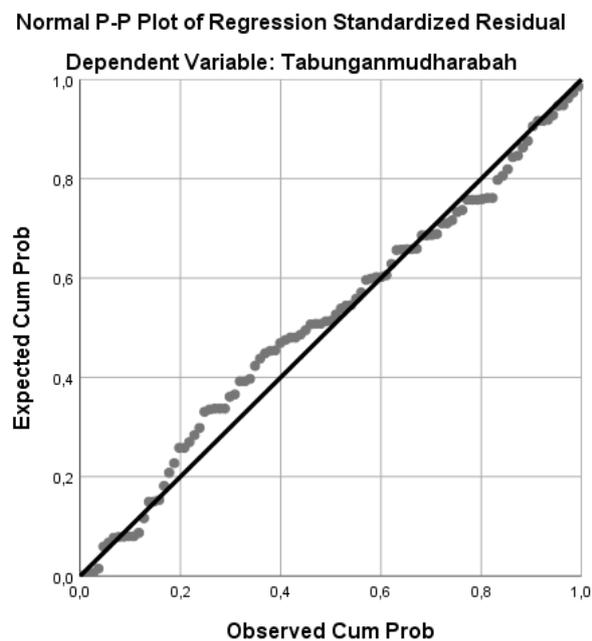
Variabel lokasi memiliki 5 item dari jumlah *Conbach's alpha* 0,681 dan diatas nilai standar 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwan item pengukur variabel dari kuesioner promosi bersifat reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Variabel tabungan mudharabah memiliki 5 item dari jumlah *Conbach's alpha* 0,727 dan diatas nilai standar 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwan item pengukur variabel dari kuesioner promosi bersifat reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

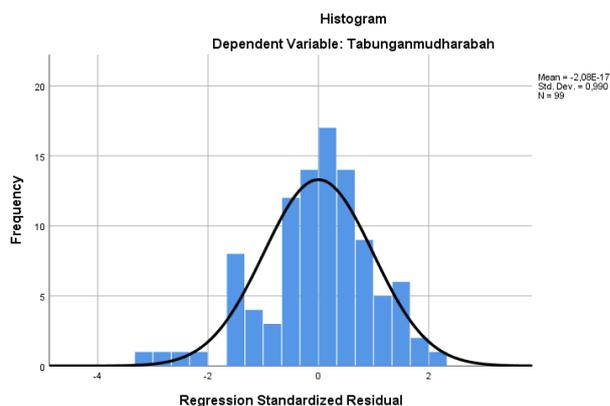
Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui garis graif normal P-P Plot yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 25 hasil uji normalitas dapat dilihat ada grafik P-P Plot berikut ini.



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.2 Grafik P-P Plot

Pada grafik diatas terlihat bahwa titik – titik tersebar berhimpit disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dinyatakan model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.3 Grafik Histogram

Pada tampilan grafik histogram membentuk pola lengkungan yang menunjukkan bahwa modal regresi memenuhi asumsi normalitas. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa modal regresi memenuhi asumsi klasik. Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu untuk menguatkan hasil ini, penelitian menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas dengan SPSS (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,17622821
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,065
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji dari *Kolmogorov-Smirnov* didapat nilai sebesar 0.087 dengan signifikan pada 0,063. Nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 5% (0,05) karena  $0,063 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0.10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam modal regresi. Berikut ini tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

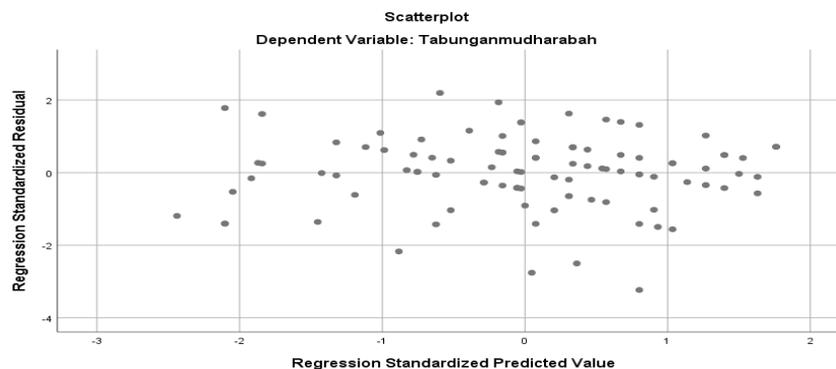
		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,453	2,840		1,216	,227		
	Promosi	,322	,088	,314	3,651	,000	1,000	1,000
	Lokasi	,503	,099	,440	5,103	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TabunganMudharabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui variabel promosi memiliki tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000 variabel lokasi memiliki tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000. Dapat disimpulkan bahwatidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam penelitian ini.

### 3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.4 Hasil Scatterplot

Dari hasil *Scatterplot* diatas menunjukkan hasil heteroskedastisitas terlihat bahwa titik –titik menyebar secara serta tersebar baik diatas maupun dibawah 0 ada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola pada garis 0 pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan berdasarkan masukan variabel promosi dan lokasi.

#### E. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

##### 1. Uji Model $R^2$

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah nol dan satu.

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel –variabel independen dalam menjelaskan variabel –variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Analisis Korelasi Ganda (R)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,537 <sup>a</sup>	,288	,273	2,199	1,911

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi

b. Dependent Variable: TabunganMudharabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil analisis korelasi ganda (R) sebesar 0,537. Hal ini menunjukkan besarnya hubungan yang kuat antara romosi, lokasi usaha, peningkatan jumlah nasabah untuk produk tabungan mudharabah. Selanjutnya untuk *R Square* menghasilkan nilai 0,288 atau 28,8%. Hal ini berarti bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Promosi dan Lokasi) terhadap (peningkatan jumlah nasabah untuk produk tabungan mudharabah) sebesar 0,288 atau 28,8%. Sedangkan sisanya sebesar 71,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 2. Uji T ( Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mempengaruhi kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Uji t merupakan jenis pengujian untuk melihat kemampuan dari setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : (1)  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan (2)  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Maka hasil uji t dapat dilihat pada gambar berikut :

Tabel 4.13

Hasil Uji T (Uji Parsial))

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,453	2,840		1,216	,227		
	Promosi	,322	,088	,314	3,651	,000	1,000	1,000
	Lokasi	,503	,099	,440	5,103	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TabunganMudharabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji T tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Untuk melihat secara parsial, pengaruh promosi terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabungan mudharabah PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan analisisnya sebagai berikut :

- a) Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Tidak adanya pengaruh promosi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

$H_1$  : Adanya pengaruh promosi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

- b) Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

$t_{hitung}$  untuk variabel proosi sebesar  $3,651 > t_{tabel}$  yakni sebesar 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yaitu promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabungan mudharabah PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

- 2) Untuk melihat secara parsial, pengaruh lokasi terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabungan mudharabah PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan analisisnya sebagai berikut:

- a) Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Tidak adanya pengaruh lokasi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

$H_2$ : Adanya pengaruh lokasi terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

- b)  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi usahai sebesar  $5,103 > t_{tabel}$  yakni sebesar 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yaitu lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabungan

mudharabah PT Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas diatas secara signifikan berpengaruh terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabungan mudharabah, namun dari dua variabel tersebut yang paling besar berpengaruh adalah variabel lokasi (X<sub>2</sub>) 5,103 > 3,651 variabel promosi (X<sub>1</sub>).

### 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (digeneralisasikan).

Tabel 4.14  
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	187,875	2	93,938	19,430	,000 <sup>b</sup>
	Residual	464,125	96	4,835		
	Total	652,000	98			

a. Dependent Variable: TabunganMudharabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji diatas, diketahui nilai F hitung sebesar 19,430 dengan nilai signifikan sebesar 0.000. karena nilai F hitung > F tabel, yaitu  $19,430 > 2,706$  maka variabel promosi (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. (Y).  
Menentukan Hipotesis:

H<sub>0</sub> : Promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

H<sub>3</sub>: Promosi dan lokasi berpengaruh terhadap pemilihan Dana Pihak Ketiga produk Tabungan Mudharabah

#### F. Hasil Analisis Regresi Berganda

Untuk mengenai pengaruh dari variabel independen yaitu, Promosi dan Lokasi terhadap variabel dependen yaitu Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan maka linier berganda dengan persamaan berikut:  $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$$Y = 3,453 + 0,322X_1 + 0,503X_2 + e$$

Tabel 4.15

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,453	2,840		1,216	,227		
	Promosi	,322	,088	,314	3,651	,000	1,000	1,000
	Lokasi	,503	,099	,440	5,103	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TabunganMudharabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

1. Konstanta ( $b_0$ ) yang dihasilkan adalah 3,453 hal ini menunjukkan bahwa besar Tabungan Mudharabah (Y) adalah 3,453. Jika variabel promosi ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) adalah konstan atau dengan kata lain jika tidak ada promosi dan lokasi maka tidak ada Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
2. Koefisien regresi pada variabel promosi ( $b_1X_1$ ) yaitu sebesar 0,322 ini berarti besaran koefisien promosi terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.0,322 dan promosi berpengaruh positif Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.0,322. Dalam gambar 4.9 *coefficient* diperoleh

nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :

$$\begin{array}{rcl} \text{Sig.} & & \alpha \\ 0,000 & < & 0,05 \end{array}$$

Karena nilai Sig.  $< \alpha$  maka disimpulkan untuk  $H_1$  diterima dan menolak  $H_0$  ditolak, yang berarti bahwa pengaruh promosi terhadap pemilihan produk dpt pada tabungan mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan berpengaruh *signifikan* secara statistik. Jadi hipotesis 1 teruji.

3. Koefisien regresi pada variabel lokasi ( $b_{2x_2}$ ) yaitu sebesar 0,503 ini berarti besaran koefisien lokasi usaha terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.0,503 dan lokasi berpengaruh positif terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.0,503. Dalam gambar 4.9 *coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :

$$\begin{array}{rcl} \text{Sig.} & & \alpha \\ 0,000 & < & 0,05 \end{array}$$

Karena nilai Sig.  $< \alpha$  maka disimpulkan untuk  $H_2$  diterima dan menolak  $H_0$  ditolak, yang berarti bahwa pengaruh lokasi terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.berpengaruh *signifikan* secara statistik. Jadi hipotesis 2 teruji.

## G. Interpretasi Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Promosi Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Berdasar hasil uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel promosi memiliki nilai  $T_{hitung}$  yang lebih besar dari  $T_{tabel}$  ( $3,651 > 1,987$ ), dan taraf

signifikan yang lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,05$ ).hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.dengan kata lain  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini juga di tujukan dengan koefisien regresi sebesar 0,322, artinya promosi berpengaruh sebesar 0,322 terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Nilai koefisien resgresi positif disini dapat diartikan bahwa jika promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan semakin menarik, maka semakin banyak pula nasabah untuk menabung di Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Promosi adalah sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian nasabah karena menawarkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk nasabah sasaran agar menabung.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marza Afrina (2018), yang menyatakan bahwa variabel promosi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Syariah.

Adapun Variabel lain yang berpengaruh terhadap pemilihan dana pihak ketiga produk tabunga mudharabah adalah variabel produk 30,3% dan reputasi 29,6% dalam penelitian Eka Nopita Sari (skripsi berjudul Pengaruh Produk, Lokasi, Reputasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank syariah).

Menurut Philip Kotler dan Armstrong produk (*product*) sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, tempat, organisasi, ide.

Menurut Wahjono produk adalah apa saja yang dapat di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakain atau konsumsi yang dapat

memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Contoh produk adalah: buku, tabungan, deposito, kredit dan lain-lain

Reputasi menurut Fombrun memiliki pengertian sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang di miliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang telah diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.

Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Berlangganan dan perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat. Reputasi yang buruk malahirkan dampak negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan**

Berdasar hasil uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel Lokasi memiliki nilai  $T_{hitung}$  yang lebih besar dari  $T_{tabel}$  ( $5,103 > 1,987$ ) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan, dengan kata lain  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini juga di tujukan dengan koefisien regresi sebesar 0,503 artinya lokasi berpengaruh sebesar 0,503 terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau berpengaruh terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan..

Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha dalam pengertian lain lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.

Pemilihan Lokasi merupakan kedekatan antara tempat tinggal mereka dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan , karena semakin jauh lokasi bank maka biaya untuk menuju bank juga semakin besar, serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Nopitasari (2017), yang menyatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah.

### **3. Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan**

Berdasar hasil uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel Promosi dan Lokasi memiliki nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $19,430 > 2,706$ ), dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. atau dengan kata lain, hipotesis  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Ini menunjukkan bahwa Promosi dan lokasi secara bersama –sama berpengaruh terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

Semakin sering promosi yang dilakukan, semakin strategis lokasi perusahaan, maka dapat meningkatkan Pemilihan Dana Pihak Ketiga Produk Tabungan Mudharabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
2. Secara parsial, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
3. Secara simultan, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

#### **B. Saran**

1. Diharapkan kepada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan agar lebih meningkatkan promosi lebih baik lagi dan semenarik mungkin untuk meningkatkan nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
2. Diharapkan kepada masyarakat untuk lebih meningkatkan pemahaman syariah, sehingga lembaga keuangan baik bank atau nonbank yang berlabel syariah lebih dikedepankan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah dana pihak ketiga PT. Bank Sumut Syariah. Dengan demikian, hasil yang di dapat akan memperkuat penelitian yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, Marza, *Analisis Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, 2017
- Alfanani, Muhammad Rizka. *Laporan Akhir Magang*, UIN-SU, 2019
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Amstrong, Kotler. *Prinsip-prinsip pemasaran 1*, Jakarta, Erlangga, 2008.
- Buchori Herry Achmad, dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006.
- Daulay, Aqwa Naser, M dan Lathief Ilhamy Nst (ed), *Manajemen Perbankan Syariah (pemasaran bank syariah)*, Febi UIN-SU Press, Medan: 2016.
- Darmawi, Herman. *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Bumi Aksara, 2011.
- Grafika, Redaksi Sinar, *Undang-Undang Perbankan Syariah 1998 (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018
- Harahap, Isnainiet. *al.Hadis – Hadis Ekonomi*, Medan: Kencana, 2015
- Hamdani, Rambat Lupiyoadi, A. *Managemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* Semarang: UNDIP, 2005
- Indriyo Gitosudarno, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*, Yogyakarta: BPFE, 2000
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2011
- Juwita, Mawar, *Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2009
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta, Rajawali Pers 2010

- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo, 2016
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010
- Kotler, Philip dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008
- Maysaroh, Damayanti. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2014
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2015
- Muhammad. *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2000
- Mursid. M. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Shohib, Muhammad. *Syaamil quran Yasmina Al-Quran Terjemah Zahra*, Bogor: 2017. Shohib, Muhammad
- Sriyadi, *Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Semarang Press, 1991
- Pandia, Frianto. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Rambar, Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi UIN-SU Press, 2016.
- Rinaldi, Eddie. *Manajemen Neraca Bank* Jakarta: Indonesia Legal Center publishing, 2018
- Sanusi, Ahmad, *Marketing di Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan*, wawancara di Padangsidimpuan, tanggal 2 September 2019.
- Saputro, Herwan Eko, *Pengaruh Promosi dan Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Simbarwaringin*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 2018

Sari, Eka Nopita, *Pengaruh Produk, Lokasi, Reputasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta, 2017

Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009

Sudarsono, Heri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Sugiyono, *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017

Sujawerni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2014

Susanti, Meimia Nur Indah. *Statistik Deskriptif dan Induktif*, Jakarta: Graha Ilmu, 2010

Teguh, Muhammad *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005

Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Wibowo, Ari, *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di "D'STUPID BAKER" Surabaya*, STIESIA Surabaya, volume 3 No. 12, 2014

[www.BankSumut.com](http://www.BankSumut.com). Diunduh pada tanggal 26 Maret 2019

OJK, SPS Desember 2018. Diunduh pada tanggal 23 Maret 2019

<http://padangsidimpuankota.bps.go.id>. Diunduh pada tanggal 23 Maret 2019

## Lampiran

### A. Kuesiner Penelitian Petunjuk Pengisian

Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah  
Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

#### IDENTITAS RESPONDEN

No Responden: .....

(Diisi Oleh Peneliti)

1. Nama : .....

2. Umur : .....Tahun

3. Jenis Kelamin:  Pria  Wanita

#### PETUNJUK PENGISIAN

Anda dapat memilih salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda ceklis (√) pada kotak jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda. 5 kelompok alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Sejutu (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-ragu (R)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

#### Variabel Promosi (X1)

No	Pertanyaan	Skala Ukur				
		STS	TS	R	S	SS
1	Bank melakukan promosi melalui spanduk – spanduk di jalanan					
2	Karyawan melakukan penjualan personal langsung kepada Nasabah yang datang					
3	Karyawan melakukan promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> ) kepada nasabah dengan memberi brosur – brosur.					
4	Penawaran produk yang dilakukan					

	oleh karyawan Bank Sumut Syariah mudah di mengerti					
5	Karyawan melakukan pemasaran langsung atau promosi dengan ngomong langsung dengan nasabah atau melakukan penjualan <i>door to door</i> .					

### Variabel Lokasi Usaha

No	Pertanyaan	Skala Ukur				
		STS	TS	R	S	SS
1	Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau dengan sarana transportasi umum dengan lokasi Bank Sumut Syariah					
2	Visibilitas, yaitu keberadaan lokasi Bank yang dapat dilihat dengan jelas.					
3	Lalu lintas, yaitu Bank Sumut Syariah berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya <i>impulse buying</i> cukup					
4	Bank menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.					
5	Lingkungan Bank, yaitu keadaan lingkungan tempat Bank, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan Bank sangat baik					

### Variabel Tabungan Mudharabah

No	Pertanyaan	Skala Ukur				
		STS	TS	R	S	SS
1	Produk Tabungan Mudharabah sangat menguntungkan.					
2	Konsep dan sistem Produk Tabungan Mudharabah sangat mudah untuk dipahami					
3	Produk Tabungan Mudharabah sangat menarik terjadinya <i>impulse buying</i> cukup					
4	Bagi hasil sesuai dengan yang disepakati.					
5	Tabungan Mudharabah Aman, dijamin oleh Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS)					

## B. Hasil Kuesioner

### 1. Variabel Promosi (X1)

NO	X11	X12	X13	X14	X15	Total
1	5	4	3	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	5	2	2	3	5	17
4	5	5	5	5	3	23
5	4	5	5	5	3	22
6	3	3	3	4	3	16
7	5	5	4	3	4	21
8	4	4	5	5	5	23
9	5	4	3	2	3	17
10	5	5	5	5	4	24
11	5	4	3	4	4	20
12	5	4	3	3	4	19
13	5	5	5	4	4	23
14	3	3	3	3	4	16
15	4	4	4	4	5	21
16	5	5	4	3	4	21
17	4	4	4	3	4	19
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	4	4	4	22
20	4	4	5	5	4	22
21	5	5	4	4	4	22
22	4	4	4	4	4	20
23	5	3	3	4	4	19
24	4	4	4	4	5	21
25	5	4	4	3	3	19
26	4	4	4	3	4	19
27	5	5	5	5	4	24
28	3	3	3	3	4	16
29	5	4	3	4	4	20

30	5	5	3	4	3	20
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	20
33	5	5	5	5	3	23
34	3	4	3	3	3	16
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	5	4	5	5	5	24
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	4	3	16
40	5	5	5	3	3	21
41	5	4	4	4	5	22
42	4	5	5	5	3	22
43	4	4	5	4	5	22
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	4	4	5	5	5	23
47	4	4	4	4	5	21
48	3	3	2	3	3	14
49	4	5	4	5	4	22
50	5	4	5	4	5	23
51	5	5	4	4	5	23
52	4	4	4	5	3	20
53	3	4	5	4	5	21
54	3	4	4	4	5	20
55	5	5	5	3	4	22
56	5	4	5	5	3	22
57	4	4	5	5	5	23
58	5	4	4	4	5	22
59	4	5	4	5	4	22
60	5	4	4	4	5	22
61	5	5	3	5	5	23
62	5	5	3	5	5	23
63	5	5	5	4	5	24
64	4	4	4	5	4	21
65	3	5	5	5	5	23
66	5	5	5	4	4	23
67	4	4	3	5	4	20
68	5	5	5	4	5	24
69	4	4	4	5	4	21
70	3	3	3	3	3	15
71	4	5	4	5	5	23

72	5	5	5	4	4	23
73	4	5	5	4	5	23
74	5	4	4	4	5	22
75	4	5	4	5	5	23
76	4	4	5	5	5	23
77	5	5	4	5	4	23
78	4	5	4	4	5	22
79	4	4	5	4	4	21
80	3	5	4	5	5	22
81	5	4	5	5	5	24
82	5	5	4	4	4	22
83	4	5	5	5	5	24
84	5	5	4	5	4	23
85	5	4	4	4	5	22
86	5	5	5	4	4	23
87	5	5	4	5	5	24
88	5	5	5	3	3	21
89	4	4	4	5	3	20
90	4	5	4	5	4	22
91	5	5	4	4	5	23
92	5	4	4	4	4	21
93	5	4	3	4	5	21
94	4	4	4	4	4	20
95	5	2	2	3	5	17
96	5	5	5	5	4	24
97	4	5	5	5	5	24
98	3	3	3	4	4	17
99	5	5	4	3	5	22
Total	433	426	405	412	447	

## 2. Variabel Lokasi (X2)

NO	X21	X22	X23	X24	X25	Total
1	4	4	4	3	4	19
2	4	4	3	3	3	17
3	5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	5	21
5	4	3	4	4	3	18

6	4	4	4	5	4	21
7	5	5	3	3	3	19
8	5	4	3	4	5	21
9	4	4	4	4	4	20
10	3	4	4	3	5	19
11	4	4	5	5	5	23
12	5	4	5	5	5	24
13	3	3	4	4	4	18
14	5	4	5	5	5	24
15	4	4	5	4	5	22
16	4	4	5	5	4	22
17	3	4	4	5	4	20
18	5	5	3	3	3	19
19	4	4	4	4	4	20
20	5	4	4	5	5	23
21	4	4	5	5	5	23
22	4	4	5	4	5	22
23	4	4	4	5	4	21
24	5	5	4	5	5	24
25	3	4	3	3	3	16
26	4	4	4	4	5	21
27	5	5	4	5	5	24
28	4	4	5	5	5	23
29	4	4	4	4	5	21
30	4	4	5	5	5	23
31	5	4	4	5	5	23
32	5	4	5	4	5	23
33	5	3	4	5	5	22
34	3	4	4	4	4	19
35	5	5	5	2	5	22
36	5	4	3	5	5	22
37	4	4	4	5	5	22
38	5	5	4	4	4	22
39	4	4	4	5	4	21
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	5	4	5	23
42	3	3	3	3	3	15
43	5	5	4	4	5	23
44	5	4	3	5	5	22
45	4	5	5	4	5	23

46	4	3	4	4	5	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	5	4	5	22
49	4	4	3	4	5	20
50	5	5	4	5	5	24
51	4	4	4	5	4	21
52	5	3	4	4	4	20
53	4	5	5	5	4	23
54	4	4	4	4	4	20
55	4	3	4	5	5	21
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	5	4	21
58	4	5	4	4	4	21
59	5	3	4	5	5	22
60	5	5	4	4	4	22
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	4	5	5	24
63	5	5	4	5	5	24
64	4	5	4	5	5	23
65	5	5	5	5	5	25
66	4	5	4	5	5	23
67	3	5	5	5	4	22
68	4	5	4	5	5	23
69	4	5	4	4	4	21
70	4	4	4	5	3	20
71	4	5	4	5	4	22
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	4	5	4	23
74	3	5	4	4	3	19
75	4	4	4	4	4	20
76	3	3	3	3	3	15
77	4	5	4	5	4	22
78	4	5	4	5	5	23
79	4	5	5	4	3	21
80	4	5	4	4	4	21
81	4	5	3	4	5	21
82	5	5	4	4	3	21
83	5	5	4	4	5	23
84	5	5	4	4	5	23
85	4	5	4	5	5	23

86	4	4	4	4	4	20
87	5	3	4	5	5	22
88	4	5	5	5	4	23
89	5	5	4	5	4	23
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	4	5	24
92	4	4	4	5	4	21
93	5	5	4	3	4	21
94	4	4	3	3	3	17
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	4	4	5	23
97	4	4	4	4	3	19
98	4	5	4	5	4	22
99	3	3	3	3	3	15
Total	421	426	406	399	431	

### 3. Variabel Tabungan Mudharabah (Y)

NO	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
1	4	3	5	5	4	21
2	4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	5	5	19
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	4	22
6	4	4	4	5	4	21
7	3	3	3	3	3	15
8	5	3	5	4	3	20
9	2	2	4	4	4	16
10	5	5	5	5	5	25
11	4	5	5	4	5	23
12	3	5	4	3	5	20
13	4	4	4	5	4	21
14	3	3	5	5	5	21
15	4	4	4	4	5	21
16	3	3	4	4	5	19
17	3	5	4	5	4	21
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	4	20
20	5	3	5	5	4	22
21	4	3	4	3	5	19

22	4	4	4	4	5	21
23	4	3	4	5	4	20
24	4	4	3	4	4	19
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	4	4	17
27	5	4	4	5	4	22
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	4	4	23
30	3	5	5	5	5	23
31	5	5	5	4	4	23
32	4	5	5	4	5	23
33	5	5	5	5	5	25
34	3	3	3	4	4	17
35	4	5	5	5	5	24
36	5	5	5	4	3	22
37	4	4	4	4	4	20
38	4	5	5	5	5	24
39	4	3	4	4	4	19
40	3	3	4	4	4	18
41	4	5	4	5	5	23
42	3	3	3	3	3	15
43	5	5	5	5	5	25
44	3	3	5	4	3	18
45	3	3	4	5	5	20
46	5	5	4	3	4	21
47	4	5	4	4	4	21
48	3	3	4	4	5	19
49	5	4	4	4	3	20
50	4	5	4	5	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	5	3	5	3	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	3	4	4	3	4	18
56	3	3	3	3	3	15
57	5	4	4	4	4	21
58	4	5	4	5	4	22
59	5	5	5	3	4	22
60	4	5	5	5	4	23
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	4	24

63	4	5	5	5	4	23
64	5	4	4	5	4	22
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	3	4	19
67	5	4	3	4	4	20
68	4	5	4	5	4	22
69	5	4	4	5	4	22
70	3	3	4	4	4	18
71	5	5	4	5	4	23
72	4	4	4	4	4	20
73	4	5	5	5	4	23
74	4	5	3	5	4	21
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	3	3	3	19
77	5	4	4	5	4	22
78	4	5	4	5	4	22
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	4	5	4	23
81	5	5	4	5	3	22
82	4	4	5	5	4	22
83	5	5	5	5	5	25
84	5	4	5	5	4	23
85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	3	4	22
88	3	3	4	5	5	20
89	5	3	5	5	4	22
90	5	4	5	5	5	24
91	4	5	5	5	5	24
92	4	4	5	5	5	23
93	5	5	4	4	4	22
94	4	4	4	5	5	22
95	3	3	3	3	4	16
96	4	5	4	5	5	23
97	5	5	5	4	3	22
98	4	5	5	4	4	22
99	5	4	4	4	5	22
Total	409	411	422	427	413	

## C. Hasil Output SPSS

### 1. Hasil Variabel Promosi (X<sub>1</sub>)

		Correlations					
		x11	x12	x13	x14	x15	Promosi
x11	Pearson Correlation	1	,419**	,217*	,056	,173	,549**
	Sig. (2-tailed)		,000	,031	,584	,086	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x12	Pearson Correlation	,419**	1	,613**	,420**	,142	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,160	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x13	Pearson Correlation	,217*	,613**	1	,463**	,201*	,769**
	Sig. (2-tailed)	,031	,000		,000	,046	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x14	Pearson Correlation	,056	,420**	,463**	1	,261**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,584	,000	,000		,009	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x15	Pearson Correlation	,173	,142	,201*	,261**	1	,533**
	Sig. (2-tailed)	,086	,160	,046	,009		,000
	N	99	99	99	99	99	99
Promosi	Pearson Correlation	,549**	,783**	,769**	,672**	,533**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 2. Hasil Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

		Correlations					
		x21	x22	x23	x24	x25	Lokasi
x21	Pearson Correlation	1	,337**	,167	,254*	,436**	,656**
	Sig. (2-tailed)		,001	,099	,011	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x22	Pearson Correlation	,337**	1	,245*	,145	,152	,559**
	Sig. (2-tailed)	,001		,015	,153	,133	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x23	Pearson Correlation	,167	,245*	1	,380**	,419**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,099	,015		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x24	Pearson Correlation	,254*	,145	,380**	1	,446**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,011	,153	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
x25	Pearson Correlation	,436**	,152	,419**	,446**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,133	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99	99
Lokasi	Pearson Correlation	,656**	,559**	,652**	,687**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Variabel Tabungan Mudharabah

		Correlations					Tabunganmu dharabah
		y11	y12	y13	y14	y15	
y11	Pearson Correlation	1	,547**	,453**	,261**	,035	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,009	,732	,000
	N	99	99	99	99	99	99
y12	Pearson Correlation	,547**	1	,414**	,314**	,228*	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,023	,000
	N	99	99	99	99	99	99
y13	Pearson Correlation	,453**	,414**	1	,422**	,366**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
y14	Pearson Correlation	,261**	,314**	,422**	1	,437**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,009	,002	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
y15	Pearson Correlation	,035	,228*	,366**	,437**	1	,561**
	Sig. (2-tailed)	,732	,023	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99	99
Tabunganmudharabah	Pearson Correlation	,690**	,754**	,753**	,692**	,561**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	5

### 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	5

### 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tabungan Mudharabah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,727	5