

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan dalam sistem perbankan syariah. Sektor perbankan syariah di Indonesia mulai tumbuh sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Hal ini dilatarbelakangi oleh keyakinan sebagian masyarakat muslim yang menganggap bahwa bunga bank sama dengan riba. Bank yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil tersebut terbukti dapat bertahan pada saat krisis moneter tahun 1997. Sehingga pasca krisis tahun 1997 tersebut mulai berdirilah bank-bank syariah baru dan semakin berkembang setelah lahirnya UU Perbankan No.10 tahun 1998, bahkan berpotensi terus berkembang ke arah yang lebih besar lagi.

Gamal ([www.halalguide.info/content/view/415/46](http://www.halalguide.info/content/view/415/46), 2006) menjelaskan, bahwa sejak diakomodasinya bank syariah pada UU Perbankan No.10 Tahun 1998, pertumbuhan bank syariah dari tahun 2000 hingga tahun 2004 menunjukkan angka yang cukup tinggi, yaitu rata-rata lebih dari 50% setiap tahunnya. Bahkan pada tahun 2003 dan 2004, pertumbuhan bank syariah melebihi 90% dari tahun tahun sebelumnya. Akan tetapi, pada tahun 2005 mulai terjadi perlambatan, meskipun tetap tumbuh sebesar 37%. Namun demikian, meskipun terjadi perlambatan pertumbuhan bank syariah sejak tahun 2005, sebenarnya pertumbuhan sebesar itu merupakan prestasi yang cukup baik di tengah tekanan stabilitas makroekonomi secara umum dan perbankan secara khusus.

Menurut catatan ISEFID pada tahun 2003 (seperti yang dikutip dalam Analisis terhadap Cetak Biru Perbankan Syariah Indonesia), Indonesia mempunyai potensi pasar perbankan syariah mendekati 40%, namun pertumbuhan pangsa pasarnya masih sangat rendah dibandingkan potensi yang ada. Dengan potensi tersebut, maka cukup realistis sekiranya BI dan masyarakat perbankan syariah terus menerus mengusahakan agar potensi pasar yang ada bisa dioptimalkan. Untuk merealisasikan hal tersebut BI telah membuat target-target pencapaian pangsa pasar (*market share*) secara bertahap. Adapun target pencapaian *market share* perbankan syariah yang ditetapkan sampai dengan tahun 2008 adalah sebesar 5%.

Target pencapaian *market share* 5% tersebut tentu harus diupayakan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam industri perbankan syariah. Upaya yang paling utama harus berasal dari tiap-tiap bank syariah itu sendiri, baik itu yang berbentuk Bank Umum Syariah (BUS) maupun Unit Usaha Syariah (UUS). Upaya-upaya tersebut dapat dilakukan misalnya dengan membuat berbagai strategi yang mendorong kearah peningkatan kinerja dari tiap-tiap bank syariah itu sendiri, seperti peningkatan dalam penghimpunan dana pihak ketiga (DPK), peningkatan jumlah pembiayaan yang disalurkan, dan juga peningkatan dari total assetnya.

Peningkatan indikator-indikator kinerja bank syariah, yang tercermin dalam bertambahnya jumlah DPK, pembiayaan, maupun total assetnya dapat dilakukan antara lain dengan membuka kantor-kantor cabang bank syariah di berbagai wilayah, maupun penambahan modal untuk memperluas jangkauan usaha. Namun, kedua hal tersebut sulit dilakukan karena terbatasnya dana yang dimiliki bank syariah. Sehingga pertumbuhan pangsa pasar bank syariah secara organik sulit direalisasikan tanpa dibarengi dengan faktor pendukung seperti kebijakan-kebijakan yang dapat menstimulus ke arah pencapaian target dimaksud, baik yang dikeluarkan oleh BI maupun *stakeholder* lain yang terkait dengan industri perbankan syariah.

Beberapa kebijakan yang dinilai dapat mendorong perkembangan industri perbankan syariah adalah disahkannya RUU Perbankan Syariah, RUU Sukuk (Obligasi Syariah), kebijakan perpajakan terutama penghapusan pajak ganda terhadap transaksi murabahah, dan fatwa-fatwa DSN-MUI yang dapat mendorong perkembangan industri perbankan syariah Indonesia. Fatwa DSN-MUI yang dikeluarkan pada tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank haram merupakan ketetapan ulama yang dapat dipakai sebagai stimulan untuk menggali potensi pasar yang ada sehingga target *market share* 5% dapat tercapai.

Tujuan dikeluarkannya fatwa tersebut adalah untuk memacu terus peningkatan DPK bank syariah. Kemudian akan diikuti oleh peningkatan pembiayaan dan berujung pada peningkatan total asset atau pangsa pasar perbankan syariah. Seperti diketahui, saat fatwa bunga bank haram dikeluarkan pada 16 Desember 2003 perbankan syariah baru mampu mencapai *market share* sebesar 0,54% dari *share* perbankan nasional (Modal, 2004, hal.13).

Pro dan kontra terjadi diantara para praktisi dan pengamat perbankan syariah saat fatwa bunga bank haram tersebut dikeluarkan. Sebagian berpendapat bahwa fatwa tersebut dapat menjadi pendorong bagi perkembangan bank syariah. Tetapi sebagian lagi berpendapat bahwa fatwa dapat berakibat kontra produktif bagi industri perbankan syariah. Apalagi jika tidak dibarengi dengan kesiapan dari perbankan syariah itu sendiri.

Pendapat yang kontra berpatokan bahwa pada saat fatwa itu dikeluarkan masih berlaku kondisi darurat. Kondisi ini disebabkan oleh masih banyaknya daerah-daerah yang belum terjangkau oleh layanan perbankan syariah. Hal itu menyebabkan penerapan fatwa tidak dapat diberlakukan secara mutlak untuk seluruh wilayah Indonesia. Sehingga transaksi dengan bank konvensional masih dibolehkan meskipun fatwa bunga bank haram telah dikeluarkan.

Jaringan kantor cabang bank syariah yang masih terbatas saat itu, menjadi kendala terhadap pemberlakuan fatwa bunga bank haram. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Dwi Agung seperti yang dikutip dalam Fachri ([www.e-syariah.com](http://www.e-syariah.com), 2004) bahwa yang mendesak adalah memperbanyak atau memperluas jaringan bank syariah. Menurutnya fatwa MUI tentang bunga bank haram tidak terlalu efektif jika tidak dibarengi dengan perluasan jaringan. Padahal tujuan dari dikeluarkannya fatwa adalah untuk menstimulus masyarakat agar mengalihkan dananya pada bank syariah. Sehingga potensi pasar DPK dapat terserap dengan optimal. Lalu berujung pada perkembangan perbankan syariah yang tercermin dalam perolehan *market share*nya.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menyimpan dananya pada bank syariah. Dua diantaranya adalah keyakinan agama seseorang dan kemudahan akses terhadap bank syariah itu sendiri. Fatwa tentang bunga bank haram akan memperkuat keyakinan agama seseorang, sehingga lebih memperkuat dorongan untuk bertransaksi dengan bank syariah. Sementara kemudahan akses akan terpenuhi apabila jaringan kantor cabang bank syariah sudah tersebar diseluruh daerah di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan Gamal ([www.halalguide.info/content/view/415/46](http://www.halalguide.info/content/view/415/46), 2006) pada semester akhir 2005 terhadap sekitar 3.200 nasabah diseluruh Indonesia, menunjukkan bahwa lebih 70% nasabah memilih bank syariah dalam

melakukan transaksi perbankan dengan alasan utama sesuai keyakinan agama. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak yang menginginkan dalam melakukan transaksi keuangan tidak bertentangan dengan keyakinan agama. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan beberapa kendala bagi perkembangan bank syariah.

Kendala pertama adalah jaringan kantor layanan dan keuangan syariah yang masih terbatas. Jaringan kantor layanan bank syariah yang masih terbatas akan mempengaruhi peningkatan DPK yang dapat dihimpun bank syariah. Sementara peningkatan DPK ini adalah salah satu komponen yang turut menentukan perkembangan bank syariah. Oleh karena itu agar DPK bank syariah dapat terus ditingkatkan, maka jaringan kantor layanan bank syariah pun harus diupayakan meningkat.

BI berupaya mengatasi hal tersebut dengan mengeluarkan PBI No.8/3/PBI/2006 pada 30 Januari 2006. Salah satu isi PBI tersebut memungkinkan bank-bank konvensional yang telah memiliki UUS untuk membuka *counter-counter* layanan syariah pada kantor-kantor cabangnya (*office channeling*). Kebijakan *office channeling* tersebut diharapkan akan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang ingin bertransaksi dengan bank syariah. Melalui *office channeling* nasabah deposan dapat menyimpan dananya tanpa harus ke bank syariah, tetapi cukup menghubungi *counter* layanan syariah pada bank konvensional terdekat. Selain itu akan mendorong UUS lebih berkontribusi dalam upaya meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah yang diawali dengan upaya meningkatkan DPK.

Kebijakan tersebut berpengaruh besar terhadap perkembangan jaringan kantor layanan (*outlet*) syariah. Hal itu dapat dilihat dari perkembangan jumlah *outlet* bank syariah sebagai berikut: Pada Juni 2006 terdapat kurang lebih 250 unit layanan syariah pada bank konvensional (Republika, 4 Oktober 2007, hal.24), lalu menjadi 456 *outlet* pada akhir tahun 2006 (InfoBank, Oktober 2007, hal. 9). Dengan meningkatnya *outlet* tersebut diharapkan dapat meningkatkan DPK perbankan syariah secara keseluruhan.

Sejalan dengan pernyataan diatas, Pohan (Republika, 4 Oktober 2007, hal. 15) mengemukakan bahwa setelah satu tahun kebijakan *office channeling* diterapkan, jaringan *office channeling* telah bertambah sekitar 1.000 kantor baru yang diikuti

dengan peningkatan penghimpunan dana masyarakat yang mencapai Rp.450 miliar lebih. Peningkatan jumlah *outlet* tersebut adalah hal yang wajar mengingat melalui kebijakan tersebut, kendala finansial yang selama ini menjadi penghambat dalam memperluas jaringan perbankan syariah dapat teratasi. Sebab, sebelumnya untuk memperluas jangkauan dengan membuka kantor cabang atau kas, institusi perbankan syariah mengalami hambatan dana dan sumber daya manusia (SDM). Disamping itu, meningkatnya jumlah DPK juga merupakan hal yang wajar, karena kebijakan *office channeling* yang termuat dalam PBI No.8/3/PBI/2007 tersebut hanya diberlakukan untuk kegiatan penghimpunan dana bank syariah, belum menyentuh aktivitas pembiayaan.

Namun, kebijakan *office channeling* tersebut dalam implementasinya dinilai oleh banyak kalangan kurang optimal dalam meningkatkan jumlah DPK bank syariah. Sebab, meskipun DPK meningkat dari waktu ke waktu namun secara persentase jumlahnya baru mencapai 1,79% per Oktober 2007 (Statistik Perbankan Syariah Indonesia), jauh lebih kecil dari pangsa DPK yang ditargetkan, yaitu 5% pada tahun 2008.

Berdasarkan pada fakta tersebut, maka ingin dilakukan penelitian untuk membuktikan apakah terdapat hubungan antara penerapan kebijakan *office channeling* (yang tercermin dalam peningkatan jumlah unit layanan) dengan peningkatan DPK Bank syariah. Untuk lebih mempermudah pembahasan akan dilakukan studi kasus pada salah satu UUS yaitu BNI Syariah. BNI Syariah dijadikan objek penelitian mengingat cabang konvensional dari BNI Syariah cukup tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Sehingga dengan jaringan kantor cabang yang luas tersebut diharapkan kebijakan *office channeling* akan efektif diterapkan pada BNI Syariah dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Salah satu faktor yang menjadi ukuran kinerja bank adalah seberapa besar DPK yang berhasil dihimpun. Suatu bank dapat berkembang apabila sumber dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat (DPK) meningkat, sebab dengan meningkatnya DPK bank dapat melakukan ekspansi usaha dalam aktivitas

pembiayaan yang berpotensi pada peningkatan keuntungan dan perkembangan usaha bank itu sendiri.

Dalam rangka mencapai hal tersebut, maka harus dilakukan berbagai upaya yang mengarah kepada peningkatan DPK. Salah satu upaya adalah dengan memperbanyak jumlah unit layanan di berbagai lokasi dan daerah yang tersebar di seluruh wilayah dan bertujuan untuk memudahkan akses masyarakat terhadap bank syariah. Kemudahan akses masyarakat terhadap lokasi bank syariah menjadi faktor penting, sebab jika masyarakat tidak dapat dengan mudah mengakses bank syariah maka upaya untuk meningkatkan DPK bank syariah akan sulit dilakukan, sehingga perkembangan bank syariah pun dapat terhambat.

Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa terbatasnya akses masyarakat terhadap layanan bank syariah merupakan salah satu kendala dalam perkembangan bank syariah. Terbatasnya akses tersebut dapat diatasi dengan melakukan sebanyak mungkin pembukaan kantor cabang atau kantor kas syariah, namun hal itu terkendala oleh masalah biaya atau pendanaan yang tidak sedikit. Alternatif kebijakan yang diduga dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap bank syariah (khususnya UUS) salah satunya adalah penerapan *office channeling*. Sebab melalui kebijakan tersebut masalah dana yang selama ini menjadi kendala dalam perluasan jaringan kantor cabang syariah dapat diatasi. Dengan demikian, kebijakan *office channeling* akan menyebabkan bertambahnya unit layanan syariah, yang akan berdampak pada peningkatan DPK UUS.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tidak optimalnya kebijakan *office channeling* dalam meningkatkan DPK bank syariah. Hal ini tercermin dalam peningkatan DPK pasca kebijakan *office channeling*. DPK bank syariah meningkat dari waktu ke waktu tetapi peningkatannya baru mencapai 1,79% per Oktober 2007 (Statistik Perbankan Syariah Indonesia), jauh lebih rendah daripada target *share* DPK yang diharapkan, yaitu 5% pada 2008.

Atas dasar rumusan masalah tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah *office channeling* efektif digunakan sebagai sarana dalam peningkatan DPK bank syariah, khususnya DPK BNI Syariah. Berdasarkan hal-hal tersebut, pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

4. Apakah jumlah unit layanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah?
5. Berapa besar tingkat signifikansi pengaruh jumlah unit layanan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah?
6. Untuk melihat apakah ada perubahan struktural peningkatan DPK pada periode sebelum dan setelah kebijakan *office channeling*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

4. Untuk membuktikan jumlah unit layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah.
5. Untuk melihat berapa besar tingkat signifikansi pengaruh jumlah unit layanan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah.
6. Untuk membuktikan bahwa terdapat perubahan struktural terhadap peningkatan DPK pada periode sebelum dan setelah kebijakan *office channeling*.

### 1.4 Pembatasan Masalah

Kebijakan *office channeling* diharapkan dapat menjadi solusi atas keterbatasan akses masyarakat terhadap bank syariah. Sebab dengan kebijakan tersebut bank konvensional yang memiliki UUS tidak perlu mengeluarkan sejumlah besar dana untuk membuka kantor-kantor cabang UUS baru demi memperluas jangkauan pelayanan produk dan jasa syariah. Melalui pembukaan *outlet* pada kantor-kantor cabangnya, bank konvensional dapat membantu UUS untuk memperluas jaringan pemasaran. Dengan demikian kebijakan tersebut diharapkan akan meningkatkan jumlah unit layanan (*outlet*) pada bank syariah. Peningkatan unit layanan (*outlet*) syariah akan berpengaruh terhadap DPK yang dapat dihimpun perbankan syariah baik secara nasional maupun parsial.

Mengingat terdapat keterbatasan dalam berbagai hal dan agar penelitian dapat dilakukan dengan mudah, maka harus dilakukan pembatasan-pembatasan dalam penelitian ini. Pembatasan masalah terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada BNI Syariah.
2. Waktu yang digunakan untuk melihat peningkatan jumlah unit layanan dan peningkatan DPK pada BNI Syariah adalah 19 (sembilan belas) bulan sebelum dan 19 (sembilan belas) bulan setelah kebijakan *office channeling*. Penetapan data *time series* 19 (sembilan belas) bulan karena *office channeling* efektif diberlakukan BNI Syariah pada bulan Mei 2006, sehingga sampai dengan bulan November 2007 baru berjalan 19 (sembilan belas) bulan.
3. Data yang digunakan adalah neraca bulanan, data bulanan perkembangan unit layanan syariah (*office channeling*) dan DPK pada BNI Syariah selama kurun waktu antara Oktober 2004-November 2007, dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Neraca bulanan diperlukan untuk melihat perkembangan DPK UUS selama kurun waktu penelitian.
  - b. Data unit layanan syariah terdiri dari data kantor cabang UUS dan data unit layanan pada cabang konvensional (*office channeling*). Data kantor cabang UUS merupakan data unit layanan sebelum *office channeling*. Data unit layanan syariah setelah *office channeling* terdiri dari data kantor cabang UUS di tambah dengan unit layanan pada cabang konvensional (*office channeling*).
  - c. Data DPK BNI Syariah meliputi data bulanan Giro Wadiah, Tabungan Mudharabah dan Deposito Mudharabah untuk kurun waktu antara Oktober 2004-November 2007. Dimana data DPK Oktober 2004-April 2006 adalah data DPK sebelum *office channeling*. Sedangkan data DPK Mei 2006-November 2007 adalah data DPK pasca kebijakan *office channeling*.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Salah satu indikasi perkembangan perbankan syariah adalah peningkatan dalam penghimpunan DPK. Peningkatan DPK ini dapat diupayakan dengan berbagai cara. Salah satu cara mendorong masyarakat agar menyimpan uangnya di bank syariah adalah dengan mengeluarkan fatwa yang bertujuan untuk menstimulus

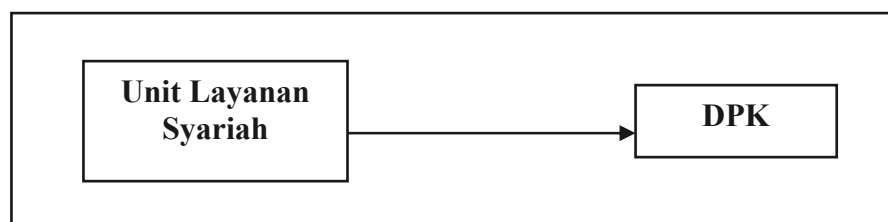


peningkatan DPK. Fatwa DSN-MUI tentang Pengharaman Bunga Bank merupakan alat yang dapat dipakai untuk mempengaruhi masyarakat yang memiliki dana dan selama ini disimpan di bank konvensional agar dialihkan ke bank syariah. Menurut pendapat para ahli, fatwa bunga bank haram akan efektif mendorong masyarakat untuk memindahkan dananya ke bank syariah, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.

Terbatasnya jaringan kantor layanan bank syariah dapat menjadi salah satu kendala penerapan fatwa tidak berjalan efektif, mengingat saat fatwa diberlakukan jaringan kantor cabang dan layanan bank syariah masih terbatas, sehingga akses masyarakat untuk menggunakan bank syariah juga terbatas. *Office channeling* diharapkan akan menjadi solusi untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan bank syariah. Sebab dengan adanya *office channeling* maka kendala mahalnya biaya untuk pembukaan kantor cabang syariah dapat diatasi. Dengan kebijakan tersebut diharapkan jumlah kantor layanan bank syariah akan bertambah pada cabang konvensional.

Bertambahnya jumlah unit layanan syariah pada cabang konvensional (*office channeling*) memungkinkan setiap masyarakat dapat dengan mudah mengakses produk dan jasa perbankan syariah tanpa harus mendatangi kantor cabang bank syariah, melainkan cukup mendatangi *outlet* yang terdapat pada cabang bank-bank konvensional yang telah memiliki UUS. Dengan demikian akan terjadi peningkatan penghimpunan DPK pada bank syariah, khususnya BNI Syariah. Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini seperti yang terlihat pada Gambar 1.1.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## 1.6 Hipotesis

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan apakah bertambahnya jumlah unit layanan syariah pada cabang konvensional (*office channeling*) akan menyebabkan peningkatan DPK BNI Syariah. Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 2 (dua) hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini. Hipotesis dimaksud adalah sebagai berikut.

### Deduksi Hipotesis

- 1) Terdapat peningkatan DPK pada BNI Syariah karena bertambahnya jumlah unit layanan syariah.
- 2) Peningkatan DPK BNI Syariah berbeda sebelum dan setelah kebijakan *office channeling*.

### Hipotesis I

- H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh signifikan jumlah unit layanan syariah terhadap peningkatan DPK BNI Syariah.
- H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh signifikan jumlah unit layanan syariah terhadap peningkatan DPK BNI Syariah.

### Hipotesis II

- H<sub>0</sub>: Tidak terdapat perbedaan peningkatan DPK pada BNI Syariah sebelum dan sesudah kebijakan *office channeling*.
- H<sub>1</sub>: Terdapat perbedaan peningkatan DPK pada BNI Syariah sebelum dan sesudah kebijakan *office channeling*.

## 1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh jumlah unit layanan terhadap peningkatan DPK BNI Syariah. Oleh karena itu objek dari penelitian ini adalah data perkembangan jumlah unit layanan syariah dan jumlah DPK BNI Syariah. DPK BNI Syariah meliputi Giro Wadiah, Tabungan Mudharabah dan Deposito Mudharabah, dengan waktu dari Oktober 2004-November 2007.

Data tersebut diperoleh baik secara langsung dengan melakukan survey ke BNI Syariah dengan tujuan untuk memperoleh data sekunder berupa laporan perkembangan jumlah unit layanan syariah dan jumlah DPK. Cara lainnya dengan penelusuran pustaka melalui pengumpulan artikel-artikel yang dipublikasi, laporan-laporan perkembangan perbankan syariah BI, maupun melalui penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Variabel-variabel tersebut akan diregresikan untuk menghasilkan koefisien dari variabel bebasnya. Koefisien dari variabel bebas tersebut merupakan indikator yang dapat dipakai untuk melihat pengaruh dari variabel bebas dalam hal ini jumlah unit layanan syariah (*UL*) terhadap variabel terikat yaitu peningkatan DPK ( $\Delta$  DPK) BNI Syariah.

Untuk melihat signifikan atau tidaknya koefisien variabel bebas (dalam hal ini jumlah unit layanan syariah) terhadap peningkatan DPK BNI Syariah digunakan *uji t* dan *F*. Sementara untuk melihat adanya perubahan dalam peningkatan DPK sebelum dan setelah kebijakan *office channeling* maka dilakukan *uji Chow*.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Bab I Pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, pembatasan masalah, hipotesis, metode penelitian yang digunakan serta sistematika dalam penulisan tesis.

Bab II Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini akan diuraikan berbagai landasan teori yang berhubungan dengan penelitian. Adapun hal-hal yang akan dijelaskan menyangkut strategi pemasaran, khususnya bauran pemasaran yang lebih ditekankan pada masalah tempat atau distribusi (*place/distribution*) dalam hubungannya untuk meningkatkan pertumbuhan DPK bank syariah, faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan DPK bank syariah, serta penelitian sebelumnya yang dapat menjadi kajian teori penelitian ini.

Bab III Data dan Metodologi Penelitian. Pada bab ini akan diuraikan tentang deskripsi penelitian, data yang digunakan, variabel-variabel penelitian, alat analisis yang digunakan serta alur penelitian.

Bab IV Analisis dan Pembahasan. Bab ini menguraikan hasil analisis, pembahasan serta pengujian hipotesis.

Bab V Kesimpulan dan Saran. Bab ini berisi kesimpulan atas hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dan saran-saran yang dianggap perlu sebagai masukan terhadap topik penelitian.

