



DETERMINAN *MARKET SHARE* PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA (PENDEKATAN *ERROR CORRECTION* MODEL)

Ayif Fathurrahman, Ade Maya Asriyanti

Prodi Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *financing to deposit ratio*, dana pihak ketiga, *BI rate* dan inflasi terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Objek dalam penelitian ini difokuskan pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah periode 2015 sampai 2019. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Error Correction Model* (ECM) dengan program analisis Eviews 7.0. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa dalam jangka panjang FDR dan inflasi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, *BI rate* memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah serta DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan dalam jangka pendek, FDR dan DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, *BI rate* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah serta inflasi memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Kata kunci : *Market share*, *Financing to Deposit Ratio*, Dana Pihak Ketiga, *BI rate*, inflasi

Paper type: Research paper

*Corresponding author: Ayif.fathurrahman@umy.ac.id

Received: February 06, 2022; Accepted: June 12, 2022; Available online: August, 10, 2022

Cite this document:

Fathurrahman, A., & Arsiyanti, A. M. (2022). Determinan Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia (Pendekatan Error Correction Model). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 638-659. doi:<http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.12043>

Copyright © 2022, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan khususnya sektor perbankan di Indonesia menempati posisi yang sangat strategis yang didukung dengan eksistensinya di kalangan masyarakat yang mampu menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dengan pemilik dana. Hal ini sejalan dengan fungsi utama sektor perbankan dalam infrastruktur kebijakan makro yang mengarahkan pada konteks bagaimana menjadikan uang efektif untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi (*how to make money effective and efficient to increase economic value*) (Muhamad, 2002).

Kepercayaan masyarakat akan hadirnya perbankan syariah semakin meningkat yang ditandai dengan jumlah bank syariah dan jaringan kantornya yang semakin banyak dan semakin meluas di masyarakat. Adanya pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh perkembangan kegiatan bank yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa yang mempengaruhi peningkatan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Berikut merupakan data mengenai perkembangan indikator keuangan perbankan syariah :

Tabel:
Perkembangan Aset, FDR dan DPK Perbankan Syariah
Tahun 2015-2019

Tahun	Aset (Milyar Rupiah)	FDR (%)	DPK (Milyar Rupiah)
2015	274.397	99,51	216.679
2016	312.052	93,60	247.760
2017	377.61 8	90,82	303.855
2018	437.370	91,84	345.313
2019	486.848	90,38	388.153

Berdasarkan tabel diatas, perkembangan aset perbankan syariah mengalami peningkatan yang cukup impresif setiap tahunnya. Indikasi positif tersebut ditinjau dari kemajuan pencapaian visi pengembangan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yaitu mendorong peningkatan komitmen induk bank syariah melalui peningkatan permodalan dan skala usaha, serta memperbaiki efisiensi melalui optimalisasi peran induk dan mengembangkan layanan perbankan syariah hingga mencapai *market share* minimum 10 persen. Salah satu faktor yang menyebabkan adanya peningkatan aset perbankan syariah ini disebabkan oleh semakin baiknya kinerja sektor riil dan semakin meningkatnya aktivitas industri perbankan.

Dalam konteks ini, pergerakan aset diindikasikan oleh *financing to deposit ratio* (FDR) dan dana pihak ketiga (DPK). Mengacu pada tabel di atas, FDR secara keseluruhan mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Hal ini mengindikasikan bahwa penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dilakukan oleh bank syariah ini belum maksimal.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia bergerak positif jika dilihat dari tingkat aset, FDR, dan DPK. Hal ini berdampak pula pada tingkat *market share* perbankan syariah. Hal ini merupakan bentuk dari realisasi peningkatan pertumbuhan aset yang didorong dari pertumbuhan pembiayaan dan dana pihak ketiga. Sejalan dengan rencana jangka panjang OJK mengenai tingkat *market share* sebesar 20% di tahun 2023 maka OJK berharap dengan pencapaian ini pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah akan terus meningkat. Berikut merupakan perkembangan *market share* perbankan syariah di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir :

Gambar
Perkembangan *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia
Tahun 2015-2019



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan tabel diatas, *market share* perbankan syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meskipun pertumbuhan ini tidak bergerak secara signifikan namun hal ini mengindikasikan bahwa kinerja perbankan syariah di Indonesia semakin baik.. *Market share* atau pangsa pasar merupakan persentase dari keseluruhan penjualan dalam suatu industri yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu. Semakin tinggi persentase *market share* perbankan syariah maka kontribusi terhadap perkenomian nasional akan semakin meningkat pula, secara tidak langsung kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah pun semakin meningkat (Fatihin dkk, 2020). Pangsa pasar sering digunakan untuk menggambarkan posisi perusahaan dalam sektor industrinya, apakah sudah mampu menguasai seluruh sektor tersebut atau belum (Mokaya, *et.al.*,2013). Maka dalam

penelitian ini, *market share* dijadikan sebagai indikator keberhasilan pertumbuhan industri perbankan syariah.

Berdasarkan hasil analisis terdahulumenunjukkan hasil bahwa variabel ROA, CAR dan FDR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan (Saputra, 2014; Purboastuti, dkk, 2015;Ali, 2015; Siregar 2017; Adelia, dkk, 2018;Fatihin dkk, 2020).

KAJIAN TEORI

1. Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan As-Sunah dan diatur dalam fatwa MUI. Adapun prinsip tersebut yaitu keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), dan tidak mengandung maysir, gharar, riba, dzalim dan obyek haram lainnya. Dalam Undang-Undang tersebut memberikan kewenangan kepada MUI yang fungsinya dijalankan oleh DSN-MUI untuk menerbitkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk. Seluruh produk perbankan syariah hanya boleh ditawarkan kepada masyarakat setelah memperoleh fatwa dari DSN-MUI dan mendapatkan izin dari OJK. Tujuan adanya perbankan syariah yaitu untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

2. Market Share

Market share atau biasa dikenal dengan sebutan pangsa pasar yaitu persentase yang diperhitungkan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menguasai dan memberikan pengaruh terhadap suatu pasar secara keseluruhan untuk menjual produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga target utama suatu perusahaan untuk meningkatkan *market share* yaitu diarahkan pada konsumen atau calon konsumennya. Pangsa pasar yang luas menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu berpartisipasi dalam kompetisi dengan bank lainnya. Pangsa pasar dapat menjadi motivasi bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas usahanya.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa *market share* perbankan syariah adalah bagian pasar yang dikuasi oleh perbankan syariah yang mendeskripsikan kekuatan bank dalam pasar dibanding perbankan nasional pada periode tertentu. Menurut Smirlock (1985), Evanoff ad Fortier (1988), Lloyd-Williams, dkk (1994), Molyneux dan Forbes (1995) dalam (Mutmainah & Ludiman, 2020) pangsa pasar perbankan dapat diukur dengan aset dan dana pihak ketiga suatu bank. Adapun rumus untuk menentukan tingkat *market share* yaitu sebagai berikut :

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Total Aset Perbankan Syariah}}{\text{Total Aset Perbankan Nasional}} \times 100\%$$

3. Hasil Penelitian Terdahulu

Abduh dan Idrees (2013) melakukan penelitian dengan judul *determinants of islamic banking profitability in Malaysia*. Variabel yang digunakan meliputi ROAA, *bank-specific (capital ratio, liquidity ratio, credit risk, financial risk, operation efficiency, dan bank size)*, *industry-specific*

(*financial market development dan concentration*), dan *macroeconomics* (*GDP growth rate dan inflation*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran bank sangat berpengaruh terhadap profitabilitas. Kemudian perkembangan pasar keuangan dan konsentrasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam menentukan profitabilitas perbankan. Selanjutnya variabel makro ekonomi, inflasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah yang menunjukkan perbedaan sifat antara bank syariah dan bank konvensional (Abduh & Idrees, 2013).

Arif dan Rahmawati (2018) meneliti mengenai *determinant factors of market share : evidence from the Indonesian islamic banking industry*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Variabel yang digunakan meliputi pangsa pasar bank syariah, *default rate* (diproyeksikan dengan NPF), rasio efisiensi operasional (diproyeksikan dengan REO), margin bagi hasil, suku bunga bank konvensional, rasio profitabilitas (diproyeksikan dengan ROA), dan rasio likuiditas (diproyeksikan dengan FDR). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa *default rate*, rasio efisiensi operasional, margin bagi hasil, suku bunga bank konvensional memiliki pengaruh pada penentuan pangsa pasar bank syariah. Sedangkan rasio profitabilitas dan rasio likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap penentuan pangsa pasar bank syariah. Peningkatan pangsa pasar bank syariah dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerjanya baik itu dengan membuat regulasi yang mampu mendukung tingkat pangsa pasar, meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan maupun dengan meningkatkan jumlah konsumen (Arif & Rahmawati, 2018).

Abbas dkk (2019) melakukan penelitian yang berjudul *the impact of bank capital, bank liquidity and credit risk on profitability in postcrisis period: a comparative study of US and Asia*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproyeksikan dalam *return on average assets, return on average equity, dan return on average earning assets*. Sedangkan variabel independennya adalah *bank capital, bank liquidity dan credit risk*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *bank liquidity dan bank capital* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan *credit risk* memiliki pengaruh negatif pada profitabilitas bank. *Bank capital dan credit risk* mempengaruhi profitabilitas di negara maju Asia yang mirip dengan bank komersial AS, sedangkan *liquidity bank* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank komersial AS dan berpengaruh positif pada bank komersial Asia di era pasca krisis (Abbas dkk, 2019).

Wijayanti (2019) meneliti tentang peran nasabah dalam perkembangan perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode

deskriptif analisis dengan sumber data sekunder dari hasil olahan OJK. Hasil penelitiannya adalah perkembangan syariah di Indonesia perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak dan berbagai aspek diantaranya pemerintah, adanya inovasi dalam pengembangan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dan juga dukungan dari para nasabahnya sehingga dengan harapan nantinya perbankan syariah dapat pula bersaing dalam *market share*-nya (Wijayanti, 2019).

Ludiman dan Mutmainah (2020) melakukan penelitian yang berjudul analisis determinan *market share* perbankan syariah di Indonesia (studi empiris pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang terdaftar di OJK periode Maret 2017 sampai September 2019). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *market share* perbankan syariah, rasio kecukupan modal, *return on assets*, *non performing financing*, *financing to deposit ratio*, nisbah dan jumlah kantor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Adapun hasil penelitian menunjukkan ROA, nisbah dan jumlah kantor berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia, sedangkan rasio kecukupan, *non performing financing* dan *financing to deposit ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia (Mutmainah & Ludiman, 2020).

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *market share* perbankan syariah sebagai variabel dependen. Sedangkan FDR, DPK, suku bunga Bank Indonesia dan inflasi sebagai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi *market share* perbankan syariah tahun 2015 - 2019. Dan sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia yang memuat laporan statistik keuangan perbankan nasional dan perbankan syariah, serta laporan mengenai data makro ekonomi Indonesia.

2. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menjelaskan hubungan variabel dependen dengan variabel independen yang terbentuk dalam model penelitian yaitu didasarkan pada metode analisis *Error Correction Model* (ECM). Untuk memudahkan dalam pengolahan data, peneliti menggunakan program E-views 7.0. Kemudian untuk menyederhanakan perhitungan dengan metode ekonometrika, variabel dependen dalam penelitian ini adalah *market share* perbankan syariah di Indonesia sebagai variabel (Y), variabel independennya meliputi FDR (X_1), DPK (X_2), suku bunga Bank Indonesia (X_3) dan inflasi (X_4). Selanjutnya akan dianalisa dengan cara sebagai berikut:

Analisis ini digunakan untuk membahas hubungan lebih dari dua variabel. Fungsi persamaannya adalah

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4) \dots \dots \dots (1)$$

Sehingga model persamaannya sebagai berikut :

$$D(Y) = \beta_0 + \beta_1.D(X_1) + \beta_2.D(X_2) + \beta_3.D(X_3) + \beta_4.D(X_4) + ECT(-1) e \dots \dots (2)$$

Dimana :

- β_0 = Konstanta
- β_1 = Koefisien FDR
- β_2 = Koefisien DPK
- β_3 = Koefisien suku bunga Bank Indonesia
- β_4 = Koefisien inflasi
- Y = *Market share* perbankan syariah
- D(X1) = Perubahan FDR
- D(X2) = Perubahan DPK
- D(X3) = Perubahan suku bunga Bank Indonesia
- D(X4) = Perubahan inflasi
- e = Error (variabel pengganggu)

Langkah-langkah yang harus ditempuh dengan menggunakan analisis metode ECM yaitu sebagai berikut :

a) Uji Akar Unit (*Unit Root Test*)

Uji akar unit digunakan untuk menguji stationer suatu data *time series*. Suatu data mengalami permasalahan akar unit (*unit root problem*) apabila data runtut waktu bersifat tidak stationer. Untuk menyimpulkan apakah suatu data runtut waktu mengalami permasalahan akar unit yaitu dengan membandingkan nilai *t-statistic* hasil regresi dengan nilai *test Augmented Dickey Fuller* (Basuki & Prawoto, 2017). Apabila nilai probabilitasnya dibawah alpha 5% maka data tersebut tidak mengalami permasalahan akar unit.

b) Uji Derajat Integrasi

Apabila data runtut waktu diatas belum stationer maka dilakukan uji derajat integrasi untuk mengetahui pada derajat integrasi ke berapakah data tersebut akan stationer. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *t-statistic* hasil regresi dari persamaan yang pertama dengan kedua dan seterusnya hingga didapatkan data variabel yang stationer (Basuki & Prawoto, 2017).

c) Uji Kointegrasi

Kointegrasi adalah hubungan jangka panjang antar variabel meskipun secara individual tidak stationer, akan tetapi kombinasi dari linear antar variabel tersebut dapat menjadi stationer. Uji ini dilakukan untuk memberikan sinyal awal bahwa model yang digunakan memiliki hubungan jangka panjang (*cointegration relation*). Hasil uji kointegrasi diperoleh dengan membentuk residual yang didapat dari proses regresi variabel

independen terhadap dependen secara OLS (Basuki & Prawoto, 2017). Untuk dapat dikatakan memiliki kointegrasi maka residual harus stationer pada tingkat level dengan melihat probabilitasnya yang dibawah alpha 5%.

d) *Error Correction Model* (ECM)

ECM digunakan untuk mengetahui kemungkinan terjadinya perubahan struktural, karena hubungan keseimbangan jangka panjang antara variabel dependen dengan variabel independen dari hasil uji kointegrasi tidak akan berlaku selamanya (Basuki & Prawoto, 2017). Dengan syarat nilai koefisien ECT pada model ECM harus lolos pada alpha 5% dan bertanda negatif

Selanjutnya dilakukan pengujian Statistik mencakup uji F, uji t dan Uji koefisien determinasi (R^2), untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dan pengujian Asumsi Klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) terlebih dahulu (Basuki & Prawoto, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0,770727. Nilai probabilitas pada penelitian ini lebih besar dari 0,05, kemudian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam model ECM ini berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa probabilitas *Obs*R Square* sebesar 0.7261 yang artinya nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini model yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya dapat dilakukan pengujian ke tahap berikutnya.

c. Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa probabilitas *Obs*R Square* sebesar 0,7157. Nilai probabilitas tersebut diatas 0,05 yang artinya bahwa dalam penelitian ini model regresi tidak terjadi masalah autokorelasi, sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

d. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian dibawah ini, diketahui nilai VIF seluruhnya kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung permasalahan multikolinearitas, sehingga dapat dilanjutkan pengujian ke tahap selanjutnya.

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Centered VIF
D(FDR)	1.627111
D(LOG(DPK))	1.771942
D(BI_rate)	1.063591
D(Inflasi)	1.122936
ECT(-1)	1.288153
C	NA

2. Hasil Penelitian

a. Uji Akar Unit (*Unit Root Test*)

Berdasarkan tabel hasil uji akar unit dibawah ini menunjukkan bahwa variabel *market share*, FDR, DPK, BI rate dan inflasi memiliki permasalahan akar unit pada derajat *Level*. Hal ini dikarenakan nilai probabilitasnya dapat dilihat diatas menunjukkan hasil sebesar 0,7427 yang artinya nilai

probabilitas diatas 0,05. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji derajat integrasi.

Tabel
Hasil Uji Akar Unit

Series: Market_Share, FDR, DPK, BI_rate, Inflasi				
Method	Statistic	Prob.**	Cross section	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	0.65183	0.7427	5	289

b. Uji Derajat Integrasi

Berdasarkan tabel hasil uji derajat integrasi dibawah menunjukkan variabel *market share*, FDR, DPK, BI rate dan inflasi diketahui stationer pada derajat *first difference*, dapat dilihat dari nilai probabilitasnya dibawah 0,05 sehingga bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tabel
Hasil Uji Derajat Integrasi

Series: Market_Share, FDR, DPK, BI_rate, Inflasi				
Method	Statistic	Prob.**	Cross section	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.48364	0.0000	5	286

c. Uji Kointegrasi

Uji kointegrasi dilakukan untuk memberi indikasi awal bahwa model yang digunakan memiliki hubungan jangka panjang.

Tabel
Hasil Uji Kointegrasi Jangka Panjang

Variable	Coefficient	Probability
FDR	0.008546	0.2053
DPK	2.313493	0.0000
BI_rate	-0.025379	0.0702
Inflasi	0.002482	0.8246
C	-24.46533	0.0000

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi jangka panjang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = -24,46533 + 0,008546 (FDR) + 2,313493 (DPK) - 2,025379 (BI\ rate) + 0,002482 (inflasi) e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui hasil sebagai berikut :

- a) Koefisien konstanta pada Y (*market share* perbankan syariah Indonesia) sebesar -24,46533, yang artinya *market share* perbankan syariah Indonesia akan bernilai -24,46533 jika FDR, DPK, BI *rate* dan inflasi bernilai 0.
 - b) Variabel FDR memiliki nilai koefisien sebesar 0,008546. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan FDR sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 0,85 %.
 - c) Variabel DPK memiliki nilai koefisien sebesar 2,313493 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan DPK sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 231,35%.
 - d) Variabel BI *rate* memiliki nilai koefisien sebesar -0,025379 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan BI *rate* sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menurunkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 2,54%.
 - e) Variabel inflasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,002482. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan inflasi 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 0,25%.
- d. Model ECT

Berdasarkan hasil uji kointegrasi ini menunjukkan probabilitas variabel ECT dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,0001 yang artinya variabel ECT stationer pada tingkat level yang menyatakan bahwa variabel *market share*, FDR, DPK, BI *rate* dan inflasi saling berkointegrasi. Sehingga pengujian penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap estimasi jangka pendek.

Tabel
Hasil Regresi Jangka Pendek

Variable	Coefficient	Probability
D(FDR)	0.015775	0.0015
D(LOG(DPK))	4.833394	0.0000
D(BI_rate)	0.013918	0.5143
D(Inflasi)	-0.014960	0.2161
ECT(-1)	-0.312767	0.0011
C	-0.029295	0.0000

Hasil regresi dengan pendekatan model koreksi kesalahan (*Error Correction Model*) pada tabel diatas dapat ditulis kembali seperti dibawah ini :

$$D(Y) = -0,029295 + 0,015775 D(\text{Financing to Deposit Ratio}) + 4,833394 D(\text{Log(Dana Pihak Ketiga)}) + 0,013918 D(\text{BI rate}) - 0,01490 D(\text{inflasi}) - 0,312767 \text{ECT}(-1) e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui hasil sebagai berikut :

- a) Koefisien konstanta pada $D(Y)$ yaitu *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar -0,029295 yang artinya bahwa *market share* perbankan syariah di Indonesia akan bernilai -0,029295 jika variabel FDR, DPK, BI *rate* dan inflasi bernilai 0.
- b) Variabel FDR memiliki nilai koefisien sebesar 0,015775. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan FDR 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 1,58%.
- c) Variabel DPK memiliki nilai koefisien sebesar 4,833394 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan DPK 1% maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 483,34% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- d) Variabel BI *rate* memiliki nilai koefisien sebesar 0,013918. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan BI *rate* sebesar 1% maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 1,39% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- e) Variabel inflasi memiliki nilai koefisien -0,014960 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan inflasi 1% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap, maka akan menurunkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sebesar 0,50%.
- f) Nilai koefisien ECT sebesar -0,312767 yang berarti bahwa jika ada ketidakseimbangan masa lalu sebesar 100% maka perubahan dalam *market share* perbankan syariah akan menyesuaikan dengan penurunan sebesar 31,28%. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa *market share* perbankan syariah membutuhkan waktu 3-4 bulan untuk mencapai keseimbangan penuh (100%) dari perubahan *market share* perbankan syariah.

e. Uji Statistik

1) Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai koefisien determinasi dalam model jangka panjang menghasilkan nilai sebesar 0.985916 yang menyatakan bahwa hasil pengujian penelitian ini memberikan hasil yang baik (*goodness of fit*). Nilai koefisien determinasi bernilai positif yang menunjukkan bahwa 98,59% variasi dari *market share* dapat dijelaskan oleh variabel FDR, DPK, BI *rate* dan inflasi. Sedangkan sisanya 1,41% dijelaskan oleh variabel diluar model.

Sedangkan dalam jangka pendek, nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0.840703 yang menunjukkan bahwa hasil pengujian

memberikan hasil yang baik (*goodness of fit*). Nilai koefisien determinasi bernilai positif yang menyatakan bahwa 84,07% variasi dari variabel *market share* dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu FDR, DPK, BI rate dan inflasi. Sedangkan sisanya 15,93% dijelaskan oleh variabel diluar model.

2) Uji F

Dari hasil analisis regresi yang telah dilakukan, dalam jangka pendek dan jangka panjang diperoleh nilai probabilitas f-statistik sebesar 0,000000 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya secara simultan variabel FDR, DPK, BI rate dan inflasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

3) Uji T

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji T Jangka Panjang

Variable	t-statistic	Probability
FDR	1.281809	0.2053
DPK	37.66086	0.0000
BI_rate	-1.846518	0.0702
Inflasi	-21.51155	0.8246

a. Pengaruh FDR terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil regresi diatas, probabilitas variabel FDR yaitu sebesar 0,2053. Hal tersebut menunjukkan variabel FDR berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dikarenakan nilai probabilitasnya diatas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak.

b. Pengaruh DPK terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas, probabilitas DPK sebesar 0,0000 menunjukkan bahwa probabilitas dibawah 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

c. Pengaruh BI rate terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui probabilitas variabel BI rate yaitu sebesar 0,0702 yang menunjukkan nilai probabilitas diatas 0,05. Variabel BI rate memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.

d. Pengaruh inflasi terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas diketahui nilai probabilitas variabel inflasi sebesar 0,8246 yang berarti bahwa variabel inflasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dikarenakan nilai probabilitasnya diatas 0,05, sehingga H4 ditolak.

Tabel
Hasil Uji T Jangka Pendek

Variable	t-statistic	Probability
D(FDR)	3.350500	0.0015
D(LOG(DPK))	13.03136	0.0000
D(BI_rate)	0.656515	0.5143
D(Inflasi)	-1.252040	0.2161

a. Pengaruh FDR terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui probabilitas FDR sebesar 0,0015 yang menunjukkan bahwa nilai probabilitasnya dibawah 0,05 yang artinya bahwa variabel FDR secara parsial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

b. Pengaruh DPK terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas, probabilitas variabel DPK sebesar 0,0000 yang artinya variabel DPK secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dikarenakan nilai probabilitasnya dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

c. Pengaruh BI *rate* terhadap peningkatan *market share*

Diketahui dari hasil regresi diatas menunjukkan bahwa probabilitas variabel BI *rate* yaitu sebesar 0,5143 yang artinya bahwa secara parsial variabel BI *rate* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.

d. Pengaruh inflasi terhadap peningkatan *market share*

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,2161 yang artinya bahwa secara parsial variabel inflasi berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dikarenakan probabilitasnya diatas 0,05. Oleh karena itu, H4 ditolak.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Financing to Deposit Ratio* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H1 ditolak dalam jangka panjang, artinya FDR berpengaruh positif tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Sedangkan dalam jangka pendek H1 diterima yang artinya FDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan atau penurunan pada FDR akan berpengaruh pada posisi *market share* perbankan syariah. FDR merupakan rasio likuiditas yang menunjukkan kemampuan suatu bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan oleh pihak ketiga dengan mengendalikan pembiayaan yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. Sehingga dengan pembiayaan tersebut, bank syariah dapat memperluas tingkat *market share*-nya melalui total aset yang semakin meningkat.

Tingginya pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat menentukan rasio likuiditas perbankan syariah dalam pengelolaannya. Untuk menjaga kestabilan rasio likuiditas, bank syariah perlu melakukan pengembangan dan mengoptimalkan pembiayaan lebih efisien yang didukung dengan strategi *marketing* melalui segmentasi pasar atau dengan *marketing mix* dengan harapan *market share* perbankan syariah dapat tumbuh dan meningkat dengan cepat. Dengan semakin meningkatnya pembiayaan mengindikasikan bahwa semakin tingginya kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, karena nasabah tersebut mempercayakan kepada bank untuk mengelola dananya untuk disalurkan kembali menjadi dana pembiayaan (Opara *et.al*, 2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa FDR memiliki pengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah yang didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatihin dkk (2020) dalam jangka pendek. Sedangkan FDR tidak berpengaruh terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dalam jangka panjang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Rahmawati (2018) serta Ludiman dan Mutmainah (2020).

2. Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan DPK memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Dalam penelitian ini terdapat hasil yang konsisten bahwa DPK dapat berpengaruh signifikan terhadap *market share* dalam jangka panjang maupun jangka pendek, DPK atau *third party fund* merupakan dana yang berasal dari masyarakat yang dihimpun oleh pihak bank melalui instrumen

produk simpanan yang tersedia. Semakin tinggi tingkat DPK akan berdampak pula pada sisi pembiayaan yang merupakan salah satu komponen aset. Karena DPK merupakan dana terbesar bagi bank syariah untuk menyalurkan pembiayaan kepada nasabahnya. Apabila DPK yang dihimpun dapat dikelola dengan optimal dan dikelola secara produktif, maka akan berpengaruh terhadap pembiayaan yang semakin meningkat, sehingga terdapat hubungan positif diantara DPK dan pembiayaan yang mengindikasikan bahwa bank syariah secara optimal telah melakukan fungsi kegiatannya sebagai lembaga intermediasi. Sehingga semakin tingginya DPK mendorong peningkatan pembiayaan, pembiayaan yang disalurkan efektif maka akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh perbankan syariah yang berdampak pada tumbuhnya aset perbankan, dengan demikian dapat meningkatkan tingkat *market share* perbankan syariah (Wulandari & Anwar, 2019).

Untuk tetap menjaga dan mendorong pertumbuhan DPK dapat dilakukan dengan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Selain itu pula, melakukan promosi secara aktif dan menawarkan tingkat bagi hasil tabungan dan deposito yang relatif tinggi untuk menarik minat masyarakat menabung atau investasi di perbankan syariah dengan harapan dana murah mampu tumbuh dengan cepat (Rahman,2016;Rusliani, 2017). Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purboastuti dkk (2015) serta Siregar (2017) yang menjelaskan bahwa DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah.

3. Pengaruh suku bunga Bank Indonesia (*BI rate*) terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka panjang, *BI rate* berpengaruh negatif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Sedangkan dalam jangka pendek, *BI rate* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. *BI rate* merupakan suku bunga acuan Bank Indonesia yang digunakan sebagai salah satu instrumen kebijakan yang menggambarkan sikap kebijakan moneter. Pada saat terjadi kenaikan *BI rate* maka bank konvensional akan merespon keadaan tersebut dengan menaikkan tingkat bunga. Dengan semakin tinggi tingkat bunga maka akan meningkatkan hasrat masyarakat untuk melakukan investasi di bank. Akan tetapi, kenaikan *BI rate* tidak mempengaruhi perbankan syariah secara langsung. Hal ini dikarenakan dalam pelaksanaan kegiatan usahanya tidak mengacu pada tingkat suku bunga. Namun ketika terjadi kenaikan suku bunga tersebut, perbankan syariah akan merespon dengan mengeluarkan beberapa kebijakan internal seperti menaikkan tingkat

nisbah bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabahnya. Selain itu juga, dengan memberikan margin yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat bunga kredit bank konvensional dapat menarik minat investor atau nasabah untuk melakukan pembiayaan di bank syariah. Dengan demikian diharapkan dapat mendorong peningkatan *market share* perbankan syariah Musharianto (2014).

Di sisi lain, tingkat suku bunga yang tinggi akan berdampak pada menurunnya nilai aset perbankan syariah dan meningkatkan resiko perpindahan nasabah (*displacement risk*) pada perbankan syariah. Keputusan nasabah perbankan syariah melakukan pemindahan modal ke perbankan konvensional sebagai bentuk respon adanya kenaikan tingkat suku bunga dipengaruhi juga oleh sikap loyalitas. Nasabah bank syariah yang memiliki sikap loyal terhadap perbankan syariah tidak akan merespon kenaikan seberapa besar tingkat suku bunga tersebut, mereka akan tetap menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Indura dkk (2019) yang menjelaskan bahwa *BI rate* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan aset perbankan syariah, dimana semakin tinggi total aset akan mempengaruhi peningkatan *market share* perbankan syariah.

4. Pengaruh Inflasi terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Dalam jangka panjang inflasi memiliki pengaruh yang positif, sedangkan dalam jangka pendek memiliki pengaruh yang negatif. Inflasi merupakan suatu kondisi dimana harga-harga barang atau jasa secara umum mengalami kenaikan dalam periode tertentu. Dalam kondisi inflasi, harga barang atau jasa secara umum mengalami kenaikan sehingga hal ini mendorong masyarakat untuk memilih melakukan penarikan dana simpanan di bank serta memilih untuk memegang uang lebih banyak dikarenakan untuk memenuhi kebutuhannya. Perbankan syariah akan merespon kondisi tersebut dengan menaikkan nisbah bagi hasil untuk mengatasi penarikan dana berlebih oleh masyarakat.

Hal ini cenderung sesuai dengan teori ekonomi islam murni yang menjelaskan bahwa inflasi tidak memiliki pengaruh terhadap perekonomian syariah. Dikarenakan dalam sektor syariah lebih mengutamakan perputaran uang pada sektor riil atau investasi dalam kegiatan yang produktif, yang artinya fase inflasi tidak akan mempengaruhi usaha yang dijalankan serta tidak akan menghambat atau mempercepat pertumbuhan tingkat *market share* sektor syariah dalam konteks ini perbankan syariah.

Untuk menjaga perekonomian tetap stabil diperlukan kebijakan yang tepat, baik itu dari kebijakan moneter maupun kebijakan fiskal untuk menciptakan iklim perekonomian yang semakin baik yang didukung dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia serta pertumbuhan ekonomi guna meningkatkan daya tarik serta daya saing Indonesia diantara negara-negara kawasan melalui investasi yang semakin meningkat dan mengurangi ketergantungan terhadap ekspor komoditas mentah. Dengan terciptanya perekonomian yang baik diharapkan inflasi berada pada tingkat yang stabil sesuai dengan target yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, sehingga dengan inflasi yang stabil dapat mendorong masyarakat untuk menabung dan investasi di sektor perbankan syariah. Sehingga dengan itu tingkat *market share* perbankan syariah dapat meningkat seiring dengan perekonomian Indonesia yang semakin baik dan stabil.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Setyowati dkk (2019) yang menjelaskan bahwa inflasi tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh FDR, DPK, BI *rate* dan inflasi terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah untuk periode 2015 sampai 2019. Hasil analisis dan pengujian dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Financing to Deposit Ratio* (FDR) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah dalam jangka panjang. Sedangkan dalam jangka pendek, FDR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia.
2. Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam jangka panjang dan jangka pendek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia.
3. BI *rate* dalam jangka panjang memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah. Sedangkan dalam jangka pendek, BI *rate* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap perbankan syariah di Indonesia.
4. Inflasi dalam jangka panjang memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan dalam jangka pendek, Inflasi memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F., Iqbal, S., Aziz, B., & Yang, Z. (2019). The impact of bank capital, bank liquidity and credit risk on profitability in postcrisis period: A comparative study of US and Asia *Cogent Economics & Finance*, 7(1), 1-18.
- Abduh, M., & Idrees, Y. (2013). Determinants of Islamic Banking Profitability in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(2), 204-210.
- Adelia, S., Andriani, S., & Ananda, N. A. (2018). Analisis Faktor – Faktor Keuangan Dan Aspek Teknologi Terhadap Market Share Perbankan Di Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2).
- Ali, M. (2015). Macroeconomic Determinants of Islamic Banks Profitability in Pakistan : a time series analysis. *Journal of Business Strategies*, 9(2), 83-97.
- Arif, M. N. R. A., & Rahmawati, Y. (2018). Determinant Factors of Market Share: Evidence From The Indonesian Islamic Banking Industry. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 392-398.
- Bank Indonesia. 2020. "Laporan Inflasi (Indeks Harga Konsumen)". www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx.
- Bank Indonesia. 2020. "Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia". www.bi.go.id/id/statistik/seki/terkini/moneter/Contents/Default.aspx.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fatihin, M. K., Siswahto, E., Rusgianto, S., & Hadi, N. H. (2020). Dampak Makro Ekonomi dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, Vol. XXV, 51 - 56.
- Indura, A. C., Ahmad, A. A., Suprpto, & Arintoko. (2019). Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Bank Syariah di Indonesia. *Indonesian Journal of islamic business and economics*, 1, 37-55.
- Mokaya, S. O., Nyang'ara, D. M., & James, L. T. (2013). The effect of dividend policy on market share value in the banking industry; the case of National Bank of Kenya. *International Journal of Arts and Commerce*, 2(2), 99-101.
- Muhamad. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Musharianto, A. (2014). Suku Bunga Bank Indonesia, Financing To Deposit Ratio dan Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia. *Journal Liquidity*, 3(2), 108-114.
- Mutmainah, K., & Ludiman, I. (2020). Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang Terdaftar di OJK Periode Maret 2017 sampai

- September 2019). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 169-181.
- OJK. 2019. "Statistik Perbankan Syariah". www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx.
- Opara, B. C., & Opara, D. N. (2016). Customer Relationship Management and Banking Sector Market Share performance. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(12), 13-21.
- Purboastuti, N., Anwar, N., & Suryahani, I. (2015). Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah. *JEJAK Journal of Economics and Policy*, 8(1), 13-22.
- Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.
- Hakiim, N., & Rafsanjani, H. (2016). Pengaruh Internal CAR, FDR, dan BOPO dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(1), 161-168.
- Rahman, A. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah. *Analytica Islamica*, 5 (2), 291-314.
- Rusliani. (2017). Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 87-104.
- Saputra, B. (2014). Faktor-faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntabilitas*, VII(2), 123 - 131.
- Setyowati, D. H., Sartika, A., & Setiawan. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non Bank. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(2), 169-186.
- Siregar, E. S. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Zhafir Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*.
- Wijayanti, I. M. (2019). Peran Nasabah dalam Perkembangan Perbankan Syariah. *Amwaluna : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 60-69.
- Wulandari, V., & Anwar, D. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan di Indonesia Melalui Aset sebagai Variabel Intervening. *Serambi : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1), 33-44.

