

The Effect of Branch Offices, ATMs, TPF, and Financing on Sharia Banking Market Share in Indonesia 2016-2020

Taufik Riza Mahendra¹, Syah Amalia Manggala Putri²

^{1,2} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Yogyakarta 55183

Email: Taufikriza86@gmail.com¹; syah.amelia@fai.umy.ac.id²

ABSTRACT

Islamic Bank is a bank that conducts activities based on the principles of Islamic law. The operational activities of Islamic banks in Indonesia were started in 1992 by PT Bank Muamalat Indonesia. And after that, Islamic banking continued to experience growth. With the growth of the Islamic banking company, the market share or market share of Islamic banking has also increased. This study aims to explain the effect of branch offices, ATMs, TPF, and financing on the market share of Islamic banking in Indonesia. This type of research is quantitative descriptive research with data obtained from secondary sources. Sampling was done by the purposive sampling technique. This type of research data is time-series statistical data on Islamic banking in Indonesia from 2016 until 2020. The method of analysis used is a linear regression of Ordinary Least Square (OLS) with the help of the Eviews 12 SV application. The results of data processing indicate that partially, branch offices, ATMs, and TPF have a significant effect on the market share of Islamic banking in Indonesia in 2016-2020. Meanwhile, financing has no significant effect on the market share of Islamic banking in Indonesia in 2015-2020. And simultaneously or simultaneously, branch offices, ATMs, deposits, and financing affect the market share of Islamic banking in Indonesia.

Keywords: *Islamic Banking, Branch Offices, ATMs, TPF, Financing, Market Share*

ABSTRAK

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan dan aktivitas berdasarkan prinsip-prinsip hukum Syariah. Kegiatan operasional bank Syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia. Dan setelah itu, perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan. Dengan pertumbuhan perusahaan perbankan Syariah tersebut maka market share atau pangsa pasar perbankan syariah juga mengalami peningkatan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan pengaruh kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif-deskriptif dengan data yang diperoleh dari sumber sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Jenis data penelitian ini adalah data time series statistik perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Metode analisis menggunakan regresi linear berganda Ordinary Least Square (OLS) dengan bantuan aplikasi Eviews 12 SV. Hasil olah data menunjukkan secara parsial kantor cabang, ATM, dan DPK berpengaruh signifikan

terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Sementara, pembiayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2015-2020. Dan secara bersama-sama atau simultan, kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Kantor Cabang, ATM, DPK, Pembiayaan, Market Share

INTRODUCTION

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan dan aktivitas berdasarkan prinsip-prinsip hukum Syariah (Ascarya, 2005). Berdasarkan Undang-undang RI No 21 Tahun 2008 tentang bank Syariah, ialah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank Syariah muncul pertama kali sebagai pilot project pada tahun 1963 dalam bentuk tabungan pedesaan di kota Mit Ghamr, Mesir (Ascarya, 2005). Kegiatan operasional bank Syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia (Muhammad, 2018). Dan setelah itu, perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai bank umum Syariah seperti, PT. Bank Aceh, PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah, PT. Bank Victoria Syariah, PT Bank Jabar Banten Syariah, PT. Bank Mega Syariah, PT. Bank Panin Dubai Syariah, PT. Bank Syariah Bukopin, PT. Bank Tabungan Pensiunan Syariah, PT Maybank Syariah Indonesia, Dan Bank Syariah Indonesia hasil merger bank BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Dengan pertumbuhan perusahaan perbankan Syariah tersebut maka market share perbankan syariah juga mengalami peningkatan.

Market share merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung total produksi suatu perusahaan dibandingkan dengan total industri (Setyawati, 2018). market share dapat mempresentasikan posisi perusahaan terhadap total keseluruhan industri di dalam pasar (Setyawati, 2018). Market share perbankan Syariah di Indonesia secara bertahap mengalami pertumbuhan. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dimana market share perbankan Syariah terus mengalami kenaikan pada tahun 2017 market share bank Syariah sebesar 5,78%. Tahun 2018 market share bank Syariah di Indonesia sebesar 5,70%. Pada tahun 2019 sebesar 5,95%.

Pada tahun 2020 sebesar 5,99% (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Tabel 1.1. Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah Indonesia



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dalam market share perbankan syariah, terdapat faktor kinerja dari aspek kompetitif seperti jumlah kantor, pelanggan dan promosi yang dapat mempengaruhi market share (Abdullah, 2017). Selain itu, juga terdapat dua faktor penentu yaitu faktor internal dan eksternal (Hanafi, 2018). Secara internal Jumlah DPK (Dana Pihak Ketiga) memiliki korelasi dengan market share karena menunjukkan jumlah dana yang disetorkan ke rekening bank syariah.

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, kantor cabang adalah kantor cabang bank Syariah yang memiliki tanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan dengan alamat tempat usaha yang jelas dan sesuai dengan lokasi kantor cabang tersebut melakukan usahanya. Menurut Dai-Wok Kim (2017), kantor cabang mewakili tingkat penetrasi lembaga keuangan formal. Kantor cabang perbankan Syariah berperan penting dalam menjalin interaksi dan komunikasi dengan nasabah atau pelanggan untuk menawarkan layanan kepada nasabah atau pelanggan (Hanafi, 2021).

Perkembangan market share perbankan syariah, juga dipengaruhi dengan adanya teknologi. Salah satu teknologi yaitu hadirnya mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Menurut Bank Indonesia, Automated Teller Machine atau ATM adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Hanafi (2021), pemanfaatan ATM oleh nasabah dapat meningkatkan kinerja dan aksesibilitas.

Peningkatan market share lainnya disebabkan oleh pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah. Menurut Gunawan dan Utami (2021), pembiayaan dapat menyebabkan market share perbankan syariah meningkat. Pembiayaan merupakan penyaluran dana kepada masyarakat yang dilakukan oleh perbankan Syariah,

melalui skema pembiayaan berdasarkan akad mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, isthisna, qardh, serta akad lainnya (Himami dan Wigati, 2014). Menurut Ascarya (2015), ulama menepakati akad yang digunakan untuk pembiayaan adalah akad bagi hasil.

Menurut Hanafi (2018), market share juga dipengaruhi oleh DPK. Menurut UU No.10 Thn 1998 dana pihak ketiga atau yang selanjutnya disebut DPK merupakan dana masyarakat yang dipercayakan untuk dikelola oleh bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk tabungan, deposito, giro dan bentuk lainnya (Rivai, 2007). Menurut Ismail (2010), DPK merupakan dana yang didapatkan dari masyarakat yang dihimpun oleh bank baik masyarakat secara kelompok maupun individu.

Total pembiayaan yang telah dilakukan oleh perbankan syariah pada tahun 2020 terbanyak yaitu pada bulan desember sebanyak Rp 96 Miliar. Dan pada januari 2020 sebesar Rp 86 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan).

Tabel 1.2 Perkembangan Kantor Cabang, ATM, DPK, Pembiayaan dan Market Share Perbankan Syariah tahun 2016-2020

Variabel	2016	2017	2018	2019	2020
Kantor Cabang	473	471	478	480	488
ATM	3,127	2,585	2,791	2,827	2,800
DPK (M)	279,3	334,7	371,8	416,5	465,9
	35	19	28	58	77
Pembiayaan (M)	94,75	119,6	146,5	172,4	96,77
	2	90	73	92	9
Market Share (%)	5,30	5,78	5,96	5,95	6,51
	M= Miliar		%= Persen		

Sumber. Otoritas Jasa Keuangan

Telah banyak berbagai penelitian yang meneliti terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi market share perbankan syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adenan et al (2021). Menyimpulkan bahwa saham syariah, sukuk korporasi, reksadana syariah, giro syariah, tabungan syariah dan deposito syariah berpengaruh terhadap market share perbankan syariah tahun 2014-2020. Penelitian yang dilakukan oleh Ludiman & Mutmainah (2020), menghasilkan bahwa rasio CAR, NPF, dan FDR tidak berpengaruh terhadap market share. Sedangkan ROA dan Jumlah kantor berpengaruh terhadap market share. Pada penelitian Rohman dan Karsinah (2016), menunjukkan BOPO, CAR, ROA, dan FDR memiliki pengaruh positif terhadap pangsa pasar bank syariah. Pada penelitian Lasrin et al (2021), menunjukkan hasil bahwa NPF berpengaruh negatif terhadap market share, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap market share, dan permodalan berpengaruh positif terhadap market share. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari & Anwar (2019), menghasilkan DPK, pembiayaan, dan aset memiliki pengaruh terhadap market share perbankan syariah.

Dari data pertumbuhan market share perbankan Syariah yang masih sangat kecil, data jumlah kantor cabang, DPK, ATM, dan pembiayaan yang masih sangat rendah jika dibandingkan dengan perbankan nasional. Serta berdasarkan penelitian-penelitian yang sebelumnya sangat jarang membahas pada jumlah kantor cabang, jumlah DPK, jumlah ATM, dan pembiayaan yang ada di perbankan syariah di Indonesia. Membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kantor Cabang, DPK, ATM, Dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah”. Dengan menggunakan metode, alat analisis, dan jumlah data yang berbeda.

Tujuan dari penelitian ini untuk menjawab dari beberapa rumusan masalah diantaranya: Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh kantor cabang terhadap market share perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh ATM terhadap market share perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh DPK berpengaruh terhadap market share perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh pembiayaan berpengaruh terhadap market share perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Untuk dapat mengetahui pengaruh kantor cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan perbankan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap market share perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.

LITERATURE REVIEW

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan referensi dan perbandingan juga pembeda. Dan dalam penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai kajian dalam pengembangan wawasan berpikir bagi peneliti serta dapat digunakan sebagai pelaksanaan penelitian lebih lanjut.

Muqtasid Journal 12 (1): 1-16 (Hanafi, 2021) yang berjudul “Determinant of Market Share In The Indonesian Islamic Banking Industry”. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa semakin banyak kantor meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah. jumlah ATM tidak berpengaruh terhadap pangsa pasar perbankan syariah. koefisien total nasabah berpengaruh terhadap pangsa pasar perbankan syariah. dan promosi meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.

Jurnal Zhafir (Siregar, 2019) berjudul “Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Di Indonesia” hasil dari penelitian tersebut adalah. NPF berpengaruh negatif terhadap market share, sedangkan DPK dan jumlah kantor berpengaruh positif terhadap market share perbankan syariah.

Jurnal Sakuntala vol.1 no.1 (Gugun dan Utami, 2021) yang berjudul “Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan Bermasalah, Dan BOPO Terhadap Market Share Perbankan

Syariah”. Menyimpulkan bahwa DPK secara parsial berpengaruh terhadap market share. Dan secara simultan DPK, NPF, dan BOPO berpengaruh terhadap market share perbankan syariah.

Jurnal Serambi (Wulandari dan Anwar, 2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Melalui Aset sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa DPK dan pembiayaan berpengaruh terhadap market share perbankan syariah.

Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (Adnan, Safitri, Yuliati., 2021: 75-83) yang berjudul “Market Share Bank Syariah Terhadap Institusi Keuangan Syariah di Indonesia”. Menghasilkan bahwa saham Syariah, sukuk korporasi, reksa dana Syariah, giro Syariah, tabungan Syariah dan deposito Syariah berpengaruh terhadap market share bank Syariah.

Economics Development Analysis Journal (Rohman, Sani Noor., Karsinah. 2016) berjudul “Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2016”. Hasil dari penelitian adalah BOPO, CAR, ROA, dan FDR berpengaruh terhadap pangsa pasar. Sedangkan NPF merespon negatif.

1. Perbankan Syariah

Perbankan Syariah yaitu lembaga keuangan formal sebagai lembaga mediasi antara pemilik modal dan seseorang yang membutuhkan modal yang aktivitasnya bersumber dari al-Quran dan Hadist. Menurut UU No. 21 Thn 2008 Tentang Perbankan Syariah pada pasal 1 dijelaskan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank Syariah ialah bank yang menjalankan aktivitas usahanya berdasarkan prinsip-prinsip Syariah dan menurut jenisnya bank Syariah terdiri atas bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Umum Syariah adalah salah satu jenis bank Syariah yang dalam usahanya memberikan jasa lalu lintas uang dan pembayaran. Dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Prinsip Syariah tersebut ialah bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif (maysir), ketidakjelasan (gharar), berkeadilan, dan membiayai sektor-sektor halal. (Ascarya, 2005).

2. Kantor Cabang

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, kantor cabang merupakan kantor cabang dari bank Syariah yang memiliki tanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan dengan alamat tempat usaha yang jelas dan sesuai dengan lokasi kantor cabang tersebut melakukan usahanya.

Menurut Dai-Won Kim (2017), kantor cabang mewakili tingkat penetrasi lembaga keuangan formal. Karena dapat diketahui bahwa meratanya instansi keuangan di suatu negara dapat dilihat dari jumlah cabang yang tersebar di tiap daerah menjadikan meningkatnya tingkat penetrasi. Tingkat penetrasi dapat menggambarkan pangsa pasar atau market share, dimana semakin tinggi penetrasi maka pangsa pasar atau market share bank Syariah semakin besar dan sebaliknya.

Menurut Ergungor dan Moulton (2011), Kantor cabang perbankan yang tersebar di berbagai suatu wilayah memberikan kemudahan terkait akses nasabah dalam menggunakan layanan perbankan seperti membuka tabungan, deposito, giro, dan jasa layanan lainnya.

3. ATM

Anjungan Tunai Mandiri (Automatic Teller Machine) atau yang biasa disebut dengan ATM merupakan salah satu teknologi yang digunakan oleh perbankan sebagai mesin yang memiliki sistem informasi. Menurut Bank Indonesia, Automated Teller Machine atau ATM adalah mesin yang digunakan oleh bank untuk membantu dalam pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut Nazaritehrani dan Mashali (2020), ATM adalah telekomunikasi otomatis yang menyambungkan nasabah untuk dapat mengakses pelayanan bank tanpa bantuan operator bank.

4. DPK (Dana Pihak Ketiga)

Menurut UU No.10 Thn 1998 dana pihak ketiga atau yang selanjutnya disebut DPK merupakan dana yang berasal dari masyarakat yang dipercayakan untuk dikelola bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana baik dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan bentuk lainnya (Rivai, 2007). Menurut Ismail (2010), DPK merupakan sumber pendanaan yang diperoleh dari masyarakat yang dihimpun oleh bank baik masyarakat secara kelompok maupun individu.

DPK (dana pihak ketiga) merupakan dana yang dimiliki bank yang berasal dari pihak luar bank. Dalam artian dana tersebut bersumber dari masyarakat yang menyimpan dana yang dimilikinya agar aman dan dapat ditarik apabila dibutuhkan. DPK dalam peranan kegiatan operasional sangat penting bagi perbankan (Afrizal, 2017). Secara umum, DPK dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis, diantaranya (Andrianto, 2019):

a. Giro

Giro menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Tahun 2008 No 21 Pasal 1 ialah simpanan dan tabungan di perbankan syariah berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan bilyet giro, cek,

perintah pemindah bukuan, atau sarana perintah pembayaran lainnya.

b. Tabungan

Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Yang dapat ditarik tanpa menggunakan bilyet giro, cek, dan alat yang dipersamakan dengan itu.

c. Deposito

Deposito merupakan salah satu instrument DPK pada perbankan syariah. Simpanan deposito adalah simpanan yang dikeluarkan oleh perbankan yang memiliki unsur jatuh tempo (jangka waktu) lebih panjang dibandingkan dengan tabungan dan giro. Simpanan deposito dapat ditarik sesuai dengan jangka waktu perjanjian antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, atau 12 bulan. Nasabah dapat mengambil simpanan deposito sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati diawal.

5. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan penyaluran dana kepada masyarakat yang dilakukan oleh perbankan Syariah, melalui skema pembiayaan berdasarkan akad murabahah, mudharabah, musyarakah, salam, isthisna, qardh, serta akad lainnya (Himami dan Wigati, 2014). Menurut Ascarya (2005), adapun beberapa prinsip dasar pembiayaan bagi hasil diantaranya:

- Pembiayaan bagi hasil merupakan partisipasi yang dilakukan bank Syariah dalam usaha yang dilakukan oleh nasabah.
- Investor atau pemilik dana harus ikut menanggung risiko kerugian usaha sebesar proporsi modal yang diberikan.
- Nasabah atau mitra usaha bebas menentukan usaha, dengan persetujuan bersama.
- Kerugian yang ditanggung oleh masing-masing pihak harus sama dengan proporsi investasi.

Bentuk pembiayaan perbankan syariah yang utama dan yang disepakati oleh para ulama yaitu dengan prinsip bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah (Ascarya, 2015). Dalam prinsipnya ialah al-ghunm bi'I-ghurm atau al-khar bi'I-daman, I-daman, yang kurang lebih memiliki artian bahwa tidak ada bagi keuntungan tanpa ambil bagian dalam resiko (Ascarya, 2015).

6. Market Share

Market share atau pangsa pasar merupakan presentasi dari keseluruhan pasar untuk jenis produk atau pelayanan yang dapat dikuasai oleh perusahaan dengan kategori bidang yang sejenis (Gunara, 2007). market share merupakan presentase dari total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang memiliki jenis bidang usaha yang sama.

Market share merupakan perbandingan volume penjualan yang dimiliki oleh industri baik dalam bentuk unit ataupun dalam bentuk rupiah (Sari, 2021). Market share adalah keseluruhan pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang dijual atau ditawarkan.

Peningkatan market share atau pangsa pasar suatu perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa strategi seperti mengembangkan kebijakan pemasaran perusahaan, pengembangan produk yang ditawarkan, pengembangan lini produk, dan ekspansi bisnis yang dilakukan (Sumarwan, Fachrodji, dan Nursal, 2011).

Menurut Siregar (2019), terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi dari kualitas market share bank yaitu faktor kuantitatif dan faktor kualitatif. Faktor kuantitatif meliputi hasil dari kinerja perbankan yang tercatat pada laporan keuangan. Faktor kualitatif meliputi perasaan, pendapat dan pandangan dari nasabah (Siregar, 2019).

Menurut Seyed Javadi dan Ebrahimi (2010), indikator market share dapat dibagi menjadi tiga kategori diantaranya:

- a. Indikator Berdasarkan Simpanan
- b. Indikator Kantor Cabang
- c. Indikator Layanan

Market share atau pangsa pasar perbankan Syariah merupakan besaran nilai pasar yang dimiliki oleh perbankan syariah dari keseluruhan nilai total pasar industri perbankan nasional dalam bentuk presentase. Pangsa pasar dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

METHOD

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif-kuantitatif. Menurut Lehmann penelitian deskriptif-kuantitatif ialah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendiskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena (Yusuf, 2019).

Penelitian ini menggunakan periode bulanan selama lima tahun dari tahun 2016-2020 atau sebanyak enam puluh bulan, dengan tempat penelitian yakni perbankan syariah utamanya Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan dapat mewakili dari populasi tersebut (Yusuf, 2019). Dalam penelitian yang digunakan adalah pengambilan sampel secara purposive sampling dengan sample sebanyak 12 bulan dari periode januari 2016 hingga desember 2020 sehingga didapatkan sampel sebanyak 60 bulan.

Tabel 3.1. Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	laporan perbankan Syariah yang dikeluarkan oleh OJK	210

2	Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dikeluarkan oleh OJK selama 2016-2020	5
3	Sample yang digunakan bersifat bulanan selama periode januari 2016 sampai dengan desember 2020 yang dikeluarkan pada bulan desember.	60
	Jumlah data sampel yang diobservasi	60

Pada penelitian ini menggunakan jenis data rasio. Dan sumber data yaitu sekunder yang didapatkan dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan.

Variabel dalam penelitian ini akan dilakukan dengan pengujian pengaruh kantor cabang, DPK, ATM, dan pembiayaan terhadap market share perbankan syariah. Dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel ialah variabel dependent yang terikat disimbolkan dengan (Y) dan variabel independent atau variabel bebas yang disimbolkan dengan (X).

1. Variabel dependen atau variabel terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel yang lain (Yusuf, 2019). dalam penelitian ini adalah market share perbankan syariah. Adapun rumus yang digunakan ialah:

Tabel 3.1. Rumus Market Share

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

2. Variabel Independen atau bebas (X)

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel, yang menjelaskan, atau menerangkan variabel yang lain (Yusuf, 2019). Dalam penelitian ini terdapat Empat variabel independent (X), yaitu: Kantor Cabang, ATM, DPK, Pembiayaan, dan Pembiayaan.

Data yang telah dikumpulkan, baik berupa data primer atau sekunder, dilakukan uji terlebih dahulu sebelum dianalisis lebih lanjut, pengujian dilakukan untuk mencapai syarat tertentu berkaitan dengan data yang digunakan. Data sekunder hanya perlu dilakukan uji asumsi klasik, selama data dianalisis menggunakan regresi OLS (ordinary least square). Pengujian data yang dilakukan pertama uji asumsi dasar: uji normalitas data. Yang kedua uji asumsi klasik: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas (homoskedastisitas), dan uji autokorelasi.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan informasi terkait penjelasan deskriptif suatu data yang dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, merupakan ukuran untuk melihat apakah variabel terdistribusi secara normal atau tidak.

2. Regresi Linear Berganda

Model estimasi yang membentuk persamaan yang digunakan adalah Hirschman-Herfindahl Index (HHI). Menurut Cesari (2000), konsep yang menjadi dasar HHI

dalam menentukan hubungan konsentrasi usaha dan tingkat kompetensi yang berlaku di pasar ialah tingkat konsentrasi yang tinggi diharapkan memiliki persaingan yang rendah dan konsentrasi yang rendah memiliki persaingan yang tinggi. Perusahaan yang bergerak dalam satu segmen menghasilkan nilai HHI satu (1), dan perusahaan tersebut dapat terderivikasi apabila nilai HHI bergerak ke angka nol (0) (Listiyowatie, 2010). Menurut Berger dan Ofek (1995), persamaan HHI dapat dirumuskan:

$$HHI = \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{\sum_{i=1}^n Sales^2}$$

Keterangan:

Seglases = Penjualan masing-masing segmen

Sales = Total Penjualan

Analisis regresi berganda adalah mengestimasi hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independent. Penelitian ini menguji pengaruh kantor cabang, DPK, ATM, dan pembiayaan. Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots$$

Keterangan:

Y = Market Share

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi 1

β_2 = Koefisien Regresi 2

β_3 = Koefisien Regresi 3

β_4 = Koefisien Regresi 4

X1 = Kantor Cabang

X2 = ATM

X3 = DPK

X4 = Pembiayaan

e = Error term yaitu tingkat kesalahan pendugaan dalam penelitian

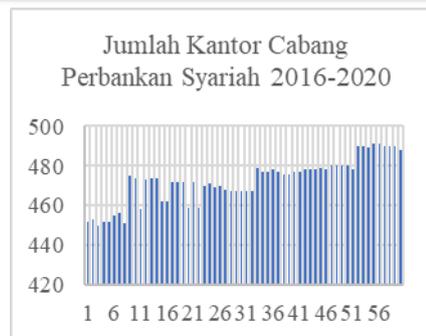
Metode OLS (*Ordinary Least Square*). Analisis Regresi OLS merupakan sebuah analisis yang membahas tentang sebab dan akibat (Hadi, 2017).

RESULT

1. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan data perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2016-2020 atau selama 60 bulan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dimana data yang digunakan adalah jumlah Kantor cabang, ATM, DPK, Pembiayaan, Total Aset, dan Market Share.

Tabel 4.1. Kantor Cabang

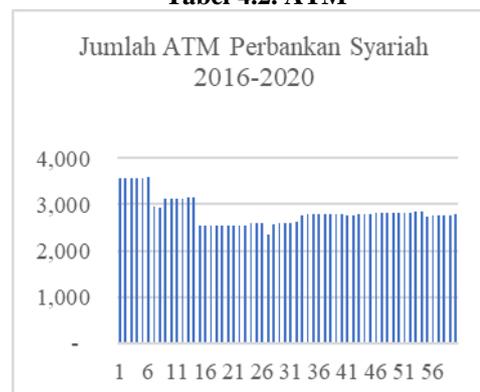


Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Menurut Dai-Wok Kim (2017), kantor cabang mewakili tingkat penetrasi lembaga keuangan formal. Karena dapat diketahui bahwa meratanya instansi keuangan di suatu negara dapat dilihat dari jumlah cabang yang tersebar di tiap daerah menjadikan meningkatnya tingkat penetrasi. Tingkat penetrasi dapat menggambarkan market share, dimana semakin tinggi penetrasi maka market share bank Syariah semakin besar dan sebaliknya. Kantor cabang berperan penting bagi bank syariah dalam menjalin interaksi dengan nasabah (Hanafi, 2021). Dengan peningkatan jumlah kantor cabang maka aksesibilitas nasabah ke perbankan seperti pembukaan tabungan, deposito, dan jasa keuangan lainnya lebih mudah (Hanafi, 2021).

Dari data yang dikeluarkan oleh OJK, dapat diketahui bahwa pertumbuhan perbankan syariah dari tahun 2016 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara berkala perbankan syariah di Indonesia membuka jumlah kantor cabang baru di berbagai wilayah.

Tabel 4.2. ATM



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Anjungan Tunai Mandiri (Automatic Teller Machine) atau yang biasa disebut dengan ATM merupakan salah satu teknologi yang digunakan oleh perbankan sebagai mesin yang memiliki sistem informasi. Menurut Bank Indonesia, Automated Teller Machine atau ATM adalah mesin yang digunakan perbankan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas pembayaran dengan menggunakan kartu. Kartu tersebut sebagai akses untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana pemegang kartu.

ATM diperkenalkan oleh perbankan dengan berfokus pada keunggulan efisiensi dan kemudahan yang bisa didapatkan oleh nasabah tanpa harus datang ke kantor. Menurut Hanafi (2021) ATM memungkinkan seseorang atau nasabah untuk melakukan transaksi lebih cepat, mudah, dan hemat waktu.

Dari grafik gambar ATM diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 perbankan syariah memiliki jumlah ATM yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia mencapai 3.500 unit ATM. Akan tetapi pada bulan maret tahun 2018 jumlah ATM tersebut mengalami penurunan, sehingga pada bulan tersebut hanya terdapat 2.300 unit mesin ATM.

Tabel 4.3. Dana Pihak Ketiga



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Menurut UU No.10 Thn 1998 dana pihak ketiga atau yang selanjutnya disebut DPK ialah modal yang dimiliki oleh bank yang bersumber dari dana masyarakat yang dipercayakan untuk dikelola bank dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan dalam bentuk lainnya (Rivai, 2007). Menurut Ismail (2010), DPK ialah dana yang didapatkan dari masyarakat yang dihimpun oleh bank baik masyarakat secara kelompok maupun individu.

Jumlah DPK atau Dana Pihak Ketiga yang dapat dihimpun oleh perbankan syariah terus mengalami kenaikan setiap bulannya dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 terus mengalami kenaikan.

Tabel 4.4. Pembiayaan



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Pembiayaan merupakan penyaluran dana kepada masyarakat yang dilakukan oleh perbankan Syariah, melalui skema pembiayaan berdasarkan akad mudharabah, musarakah, murabahah, salam, isthisna, qardh, serta akad lainnya (Himami dan Wigati, 2014).

Dari grafik diatas pembiayaan perbankan syariah mengalami pertumbuhan. Akan tetapi pada januari 2020. Jumlah pembiayaan mengalami penurunan dari 172 miliar rupiah menjadi 88 miliar rupiah.

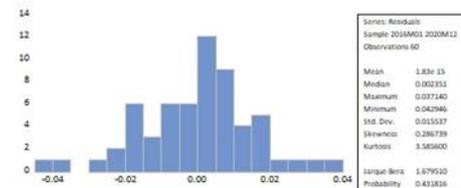
2. Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Pusat Kajian dan Pendidikan dan Pelatihan Aparatur IV Lembaga Administrasi Negara, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas uji Jarque-Bera.

Tabel 4.6 Uji Normalitas



Sumber: Output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.6 nilai probabilitas Jarque-Bera pada data penelitian ini yaitu sebesar 0,431816. Nilai pada probabilitas Jarque-Bera tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk karena adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel independent (bebas) (Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administasi Negara, 2018).

Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 01/19/22 Time: 10:39
Sample: 2016M01 2020M12
Included observations: 60

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.922599	213778.8	NA
LOG(KANTORCABANG)	0.037798	332114.1	4.970155
LOG(ATM)	0.000673	9850.905	1.572379
LOG(DPK)	0.000694	26040.71	6.434650
LOG(PEMBIAYAAN)	0.000119	3714.010	1.582961

Sumber: output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai centered VIF pada variabel independent (kantor cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan) ini tidak ada yang menunjukkan nilai lebih besar 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik (Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administasi Negara, 2018).

Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas



F-statistic	1.468206	Prob. F(4,55)	0.2244
Obs*R-squared	5.788616	Prob. Chi-Square(4)	0.2155
Scaled explained SS	6.288238	Prob. Chi-Square(4)	0.1786

Sumber: output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas chi-square hasil uji heteroskedastisitas yaitu sebesar 0,2155 > nilai signifikansi (0,05). sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terhindar dari masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi (Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administasi Negara, 2018). Autokorelasi dapat diketahui melalui Uji Breusch-Godfrey, dimana jika nilai probabilitas > 0,05 maka tidak terjadi gejala auto koreasi (Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administasi Negara, 2018).

Tabel 4.9. Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	0.533589	Prob. F(2,52)	0.5897
Obs*R-squared	1.186487	Prob. Chi-Square(2)	0.5525

Sumber: output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas chi-square hasil Uji Breusch-Godfrey yaitu sebesar 0,5525 > nilai signifikansi (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi Autokorelasi.

e. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan mempunyai hubungan linear secara signifikan atau tidak.

Tabel 4.10. Uji Linearitas

Ramsey RESET Test
Equation: UNTITLED
Omitted Variables: Squares of fitted values
Specification: LOG(MARKETSHARE) C LOG(KANTORCABANG) LOG(ATM)
LOG(DPK) LOG(PEMBIAYAAN)

	Value	df	Probability
t-statistic	1.851447	54	0.0696
F-statistic	3.427856	(1, 54)	0.0696
Likelihood ratio	3.692726	1	0.0547

Sumber: output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.10 nilai probabilitas yang muncul melebihi nilai signifikansi (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

2. Hasil Analisis Statistik Kuantitatif-Deskriptif

Kuantitatif-Deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara faktual, sistematis, dan akurat mengenai fenomena dan menjelaskannya secara detail (Yusuf, A Muri. 2019).

Statistik adalah ukuran yang dapat diambil dari data sampel yang telah dikumpulkan kemudian peneliti ingin melihat distribusi frekuensi data tersebut untuk mempermudah dalam penggambaran dan penjelasan (Yusuf, A Muri. 2019). Ukuran digunakan dapat berupa modus, median, mean, dan standar deviasi (Yusuf, A Muri. 2019). Tabel dibawah merupakan hasil analisis statistik kuantitatif-deskriptif dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.11. Uji Analisis Statistik Deskriptif

	KANTORCA...	ATM	DPK	PEMBIAYAAN	MARKETSH...
Mean	472.5667	2837.917	343403.3	113430.6	0.038592
Median	474.0000	2779.500	340047.5	107333.5	0.038800
Maximum	491.0000	3583.000	465977.0	172492.0	0.043300
Minimum	450.0000	2350.000	229094.0	75063.00	0.033900
Std. Dev.	11.30527	303.2584	66651.14	28154.99	0.002148
Skewness	-0.304675	1.272658	-0.080286	0.535821	-0.591940
Kurtosis	2.446212	4.045079	2.024437	1.983921	3.394679
Jarque-Bera	1.694970	18.92706	2.443769	5.452082	3.893353
Probability	0.428491	0.000078	0.294674	0.065478	0.142748
Sum	28354.00	170275.0	20604201	6805837.	2.315500
Sum Sq. Dev.	7540.733	5425973.	2.62E+11	4.68E+10	0.000272
Observations	60	60	60	60	60

Sumber: output Eviews (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa jumlah sample (N) dalam penelitian ini sebanyak 60 sampel yang diperoleh dari laporan statistik bulanan perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020.

Nilai minimal (minimum) dari kantor cabang yaitu sebesar 450 dari nilai maksimal (maximum) 491. Sementara standar deviasi yaitu sebesar 11.30 dan nilai dari rata-rata (mean) yaitu sebesar 472. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai dari rata-rata (mean) lebih besar dibandingkan dengan nilai dari standar deviasi. Sehingga menjelaskan bahwa data yang diambil bersifat homogen, dan menyimpulkan bahwa rata-rata kantor cabang memiliki tingkat penyimpangan yang rendah.

Nilai minimal (minimum) dari jumlah mesin ATM yaitu sebesar 2350 dan nilai maksimal (maximum) dari ATM sebesar 3583. Dengan standar deviasi dari ATM sebesar 303 dan nilai rata-rata (mean) 2837. Hasil analisis dari statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa data yang digunakan bersifat homogen dan memiliki tingkat penyimpangan yang rendah karena nilai yang dimiliki dari standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata (mean).

Nilai Minimal (minimum) yang dimiliki dari DPK yaitu sebesar 229094 dengan nilai maksimal (maximum) sebesar 465977 dari DPK. Dengan standar deviasi dari DPK sebesar 66651 dan rata-rata (mean) sebesar 340046. Dapat diketahui bahwa hasil analisis dari statistik deskriptif DPK, data yang digunakan bersifat homogen dan memiliki penyimpangan rendah karena nilai dari standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata (mean).

Nilai Minimal (minimum) dari pembiayaan yaitu sebesar 75063 nilai maksimal (maximum) sebesar 172492 dari pembiayaan. Dengan standar deviasi dari pembiayaan

sebesar 28154 dan rata-rata (mean) sebesar 113430. Dapat diketahui bahwa hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (mean) sehingga dapat diketahui bahwa data pembiayaan bersifat homogen dengan penyimpangan rendah.

Nilai Minimal (minimum) dari market share yaitu sebesar 0,033 nilai maksimal (maximum) sebesar 0,043 dari market share. Dengan standar deviasi dari pembiayaan sebesar 0,002 dengan nilai rata-rata atau mean sebesar 0,03. Dapat diketahui bahwa hasil analisis dari statistik deskriptif menunjukkan bahwa data pembiayaan bersifat homogen dan memiliki penyimpangan rendah. Hal tersebut dikarenakan nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata (mean).

3. Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ialah uji yang dilakukan menggunakan variabel bebas atau variabel independen lebih dari satu. Teknik uji regresi linear berganda ini digunakan oleh peneliti untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikansi dari dua variabel independent atau lebih ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_K$) terhadap variabel dependent (Mona dan Prang, 2015).

Tabel 4.12. Hasil Uji Partial

Dependent Variable: LOG(MARKETSHARE)
Method: Least Squares
Date: 01/19/22 Time: 07:51
Sample: 2016M01 2020M12
Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.049316	0.960520	-8.380161	0.0000
LOG(KANTORCABANG)	0.673277	0.194416	3.463071	0.0010
LOG(ATM)	-0.148829	0.025948	-5.735719	0.0000
LOG(DPK)	0.169958	0.026337	6.453223	0.0000
LOG(PEMBIAYAAN)	-0.028725	0.010903	-2.634642	0.0109

Sumber: output Eviews (data diolah)

a. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah secara sendiri-sendiri atau individu terdapat pengaruh dari variabel independent (Kantor Cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan) terhadap market share bank syariah di Indonesia sebagai variabel dependent. Hasil uji t pada Eviews versi 12 SV dapat dilihat pada nilai probabilitas dan nilai t hitung. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikansi 5% (0,05) dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka variabel independent tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Dilakukannya uji statistik t untuk dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara parsial atau secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependent (Ghozali, 2013).

1) Pengaruh Kantor Cabang Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia

Hasil analisis regresi pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel Kantor Cabang memiliki nilai t hitung (3,463071) yang lebih besar dari nilai t tabel 1,67065 (negatif

diabaikan) dengan nilai probabilitas sebesar 0,0010 atau 0% lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 atau 5%.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Kantor cabang berpengaruh signifikan terhadap market share Perbankan Syariah di Indonesia.

2) Pengaruh ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia

Hasil dari analisis regresi pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel ATM atau Anjungan Tunai Mandiri memiliki nilai t hitung sebesar (-5,735719) yang lebih besar dari pada nilai t tabel 1,67065 (negatif diabaikan) dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000 atau 0% lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 atau 5%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

3) Pengaruh DPK Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia

Hasil dari analisis regresi pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel DPK atau Dana Pihak Ketiga memiliki nilai t hitung yaitu 6,453223 lebih besar dari pada nilai t tabel 1,67065 (negatif diabaikan) dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000 atau 0% lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 atau 5%.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa DPK berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

4) Pengaruh Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia

Hasil analisis regresi pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel Pembiayaan memiliki nilai t hitung yaitu -2,634642 yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,67065 (negatif diabaikan) dengan nilai probabilitas sebesar 0,0109 atau 1,09% lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 atau 5%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembiayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

b. Uji f (Simultan)

Uji F statistik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk dilakukan penelitian. Uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan kedalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependent (Ghozali, 2013).

Apabila nilai probabilitas F hitung < 5% (0,05) dan nilai F hitung > F tabel maka dapat dikatakan bahwa model regresi

yang diestimasi layak atau variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent. Dan apabila yang terjadi jika nilai probabilitas F hitung lebih besar dari 0,05 (5%) dan nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak. Berikut tabel hasil uji F simultan penelitian ini:

Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: LOG(MARKETSHARE)
Method: Least Squares
Date: 01/19/22 Time: 07:51
Sample: 2016M01 2020M12
Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.049316	0.960520	-8.380161	0.0000
LOG(KANTORCABANG)	0.673277	0.194416	3.463071	0.0010
LOG(ATM)	-0.148829	0.025948	-5.735719	0.0000
LOG(DPK)	0.169958	0.026337	6.453223	0.0000
LOG(PEMBIAYAAN)	-0.028725	0.010903	-2.634642	0.0109
R-squared	0.925235	Mean dependent var	-3.256284	
Adjusted R-squared	0.919797	S.D. dependent var	0.056820	
S.E. of regression	0.016092	Akaike info criterion	-5.341380	
Sum squared resid	0.014242	Schwarz criterion	-5.166852	
Log likelihood	165.2414	Hannan-Quinn criter.	-5.273113	
F-statistic	170.1584	Durbin-Watson stat	0.819223	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: output Eviews (data diolah)

Pada Tabel 4.13 nilai F hitung sebesar 170,1584 lebih besar dari nilai F tabel 2,53 dan nilai probabilitas 0,0000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.

Variabel independent kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu market share perbankan syariah di Indonesia.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau R-Square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 dan 1 dengan nilai yang kecil atau 0 memiliki arti kemampuan variabel independent dalam menerangkan variabel dependent sangat terbatas. Dan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independent memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependent (Ghozali, 2013). Berikut tabel untuk melihat nilai koefisien determinasi dalam penelitian:

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R^2)

Dependent Variable: LOG(MARKETSHARE)
Method: Least Squares
Date: 01/19/22 Time: 07:51
Sample: 2016M01 2020M12
Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.049316	0.960520	-8.380161	0.0000
LOG(KANTORCABANG)	0.673277	0.194416	3.463071	0.0010
LOG(ATM)	-0.148829	0.025948	-5.735719	0.0000
LOG(DPK)	0.169958	0.026337	6.453223	0.0000
LOG(PEMBIAYAAN)	-0.028725	0.010903	-2.634642	0.0109
R-squared	0.925235	Mean dependent var	-3.256284	
Adjusted R-squared	0.919797	S.D. dependent var	0.056820	
S.E. of regression	0.016092	Akaike info criterion	-5.341380	
Sum squared resid	0.014242	Schwarz criterion	-5.166852	
Log likelihood	165.2414	Hannan-Quinn criter.	-5.273113	
F-statistic	170.1584	Durbin-Watson stat	0.819223	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: output Eviews (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai adjusted R-Square yaitu sebesar 0,919797 atau 91,97%. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel dependent (market share perbankan syariah di Indonesia) dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu kantor cabang, ATM, DPK, pembiayaan sebesar 91,97%. Sedangkan sisanya yang sebesar 8,03% dijelaskan oleh faktor-faktor atau variabel-variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

3. Hasil Pembahasan

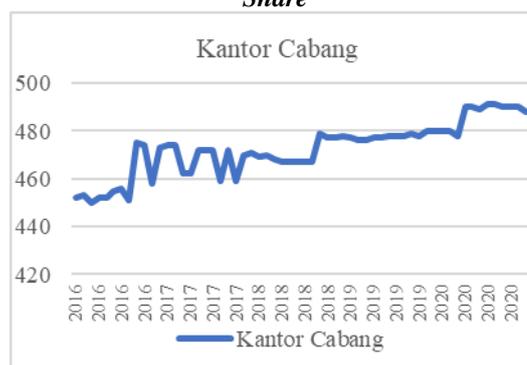
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan sebagai variabel independent terhadap variabel dependent yaitu market share perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2016 sampai 2020. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah laporan keuangan bulanan perbankan syariah di Indonesia. Dan sample yang digunakan adalah laporan bulanan keuangan perbankan syariah dari tahun 2016-2020. Pengolahan variabel dalam penelitian ini menggunakan aplikasi program Eviews 12 SV 64bit. Adapun hasil dari analisis dari uji yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Kantor Cabang Terhadap Market Share Perbankan Syariah

Variabel kantor cabang terhadap market share memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0010 atau $0\% < 5\%$ (0,05), maka dapat dikatakan bahwa secara individu atau parsial kantor cabang berpengaruh terhadap market share. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis (H_1) yang menyatakan bahwa kantor cabang secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap market share bank syariah di Indonesia.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kantor cabang secara parsial berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia. Kantor cabang berpengaruh terhadap market share sesuai dengan teori bahwa kantor cabang perbankan syariah memiliki peran yang penting dalam market share dan menjalin interaksi dengan nasabah. Dengan banyak kantor cabang perbankan syariah yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Menjadikan ketersediaan aksesibilitas nasabah ke perbankan syariah untuk membuka tabungan, deposito, giro, serta layanan keuangan lainnya menjadi mudah.

Tabel 4.15. Perbandingan Kantor Cabang dan Market Share





Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dari perbandingan dua tabel diatas dapat diketahui bahwa kenaikan yang terjadi pada jumlah kantor cabang, menjadikan market share perbankan syariah mengalami kenaikan.

Sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Seyed dan Ebrahimi (2011), dimana salah satu indikator yang dapat dilakukan untuk meningkatkan market share atau market share perbankan yaitu dengan melihat indikator kantor cabang.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanafi (2021), dimana terdapat pengaruh signifikan dari adanya kantor cabang terhadap market share perbankan syariah. Jumlah kantor fisik memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengakses, utamanya dalam pembiayaan (Hanafi, 2021). Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kondo (2017), kantor cabang dengan jumlah yang banyak dapat meningkatkan nasabah untuk mengakses pinjaman dan pembayaran. Sehingga dengan adanya fisik kantor cabang dapat meningkatkan market share dari perbankan syariah.

b. Pengaruh ATM Terhadap Market Share Perbankan Syariah

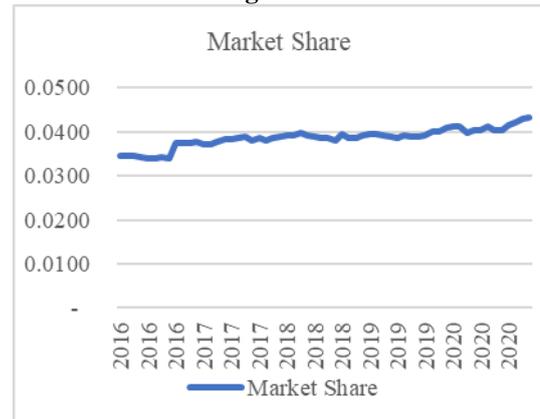
Variabel ATM (Anjungan Tunai Mandiri) terhadap market share memiliki nilai probabilitas yaitu 0,0000 atau 0% < 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah. Hasil tersebut menjelaskan bahwa penelitian ini menerima hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa secara sendiri-sendiri atau parsial ATM berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ATM secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap market share bank syariah. Dengan meningkatnya jumlah ATM masyarakat dapat melakukan transaksi seperti melakukan pembayaran, transfer uang dan pengambilan uang tunai.

ATM dapat meningkatkan market share perbankan syariah di Indonesia dikarenakan beberapa hal. Diantaranya seperti dalam penggunaannya ATM cukup sederhana dan mudah

dipahami serta digunakan oleh nasabah, murah, dan nasabah dapat melakukan transaksi secara mandiri tanpa harus ke teller atau pegawai bank.

Tabel 4.16. Perbandingan ATM dan Market Share



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Pada perbandingan jumlah ATM dengan Market share menyimpulkan dimana pada tahun 2016 terdapat pengurangan jumlah ATM yang sebelumnya berjumlah di sekitar 3500 ATM berkurang menjadi 3000 ATM. Hal tersebut menyebabkan penurunan terhadap market share. Dan pada tahun 2020 penambahan jumlah ATM diikuti dengan kenaikan market share perbankan syariah.

Hasil olah data ini sesuai dengan penelitian Nazaritehrani dan Mashali (2020); Sandy et al (2019); dan Hussain et al (2019), dalam penelitiannya menemukan bahwa ATM berpengaruh terhadap market share perbankan syariah. Akan tetapi hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Hanafi (2021), yang menemukan bahwa ATM tidak berpengaruh terhadap market share perbankan syariah.

c. Pengaruh DPK Terhadap Market Share Perbankan Syariah

Variabel DPK atau Dana Pihak Ketiga terhadap market share memiliki nilai signifikansi yaitu 0,0000 atau 0% < 0,05 atau 5%, maka secara sendiri-sendiri atau parsial DPK berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah. Dengan hasil tersebut menjelaskan bahwa penelitian ini menerima hipotesis tiga (H3) bahwa DPK

secara parsial atau inividu berpengaruh signifikan terhadap market share bank syariah di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPK berpengaruh signifikan secara sendiri-sendiri terhadap market share perbankan syariah. Hal ini berarti jika DPK mengalami kenaikan, maka akan berdampak pada peningkatan market share perbankan syariah di Indonesia.

DPK atau Dana Pihak Ketiga merupakan sumber dana yang berasal dari masyarakat, DPK yang dapat dihimpun oleh perbankan syariah diantaranya seperti giro, deposito, dan tabungan. DPK dapat mempengaruhi market share perbankan syariah karena dengan perbankan syariah dapat menghimpun dana pihak ketiga. Menjadikan bahwa semakin besar produk yang dapat ditawarkan oleh perbankan syariah kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan teori market share dimana keseluruhan pasar perbankan yang berhasil dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan.

Tabel 4.17. Perbandingan DPK dan Market Share



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dari data perbandingan DPK dengan market share diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan DPK diikuti dengan kenaikan market share. Dimana dalam teori bahwa market share merupakan presentase atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan.

Dan diantara produk yang dijual dimasyarakat oleh perbankan syariah yaitu giro, tabungan, dan deposito. Yang kemudian menjadi sumber pendanaan bagi bank syariah untuk melakukan usaha dan kegiatan operasionalnya. Dana tersebut menjadi sumber ketiga dari bank atau biasa disebut dengan DPK.

Semakin besar produk perbankan syariah tersebut digunakan oleh masyarakat maka semakin tinggi nilai

market share atau pangsa pasar. Dan perbankan syariah mendapatkan beberapa keuntungan seperti mendapatkan keuntungan lebih besar daripada pesaing lainnya, serta perbankan syariah dapat tumbuh lebih cepat.

Hasil diatas sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hanafi (2021), dimana dalam penelitian tersebut menghasilkan bahwa DPK berpengaruh terhadap market share perbankan syariah.

d. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah

Variabel pembiayaan terhadap market share memiliki nilai signifikansi sebesar 0,0109 atau $1% < 0,05$ atau 5%. Maka secara parsial atau sendiri-sendiri pembiayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima hipotesis empat (H4) bahwa pembiayaan secara parsial berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

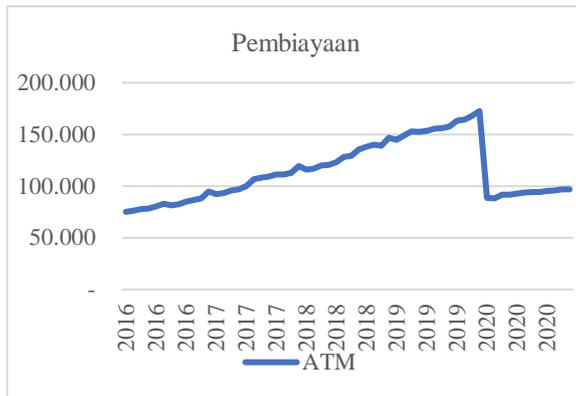
Pembiayaan merupakan penyaluran dana kepada masyarakat yang dilakukan oleh perbankan Syariah, melalui skema pembiayaan berdasarkan akad mudharabah, murabahah, musyarakah, isthisna, salam, qardh, serta akad lainnya (Himami dan Wigati, 2014).

Bentuk pembiayaan perbankan syariah yang utama dan yang disepakati oleh para ulama yaitu dengan prinsip bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah (Ascarya, 2015). Dalam prinsipnya ialah al-ghunm bi'I-ghurm atau al-khar bi'I-daman, I-daman, yang kurang lebih memiliki artian bahwa tidak ada bagi keuntungan tanpa ambil bagian dalam resiko (Ascarya, 2015).

Adapun pembiayaan bagi hasil yang dilakukan oleh perbankan syariah di Indonesia diantaranya adalah mudharabah dan musyarakah. Dalam kaitannya dengan market share perbankan syariah, semakin masyarakat mengambil pembiayaan bagihasil di perbankan syariah maka semakin meningkat market share perbankan Syariah. Hal tersebut dikarenakan dengan masyarakat menggunakan jasa pembiayaan perbankan syariah. Menyebabkan penjualan produk yang ditawarkan perbankan syariah meningkat sehingga perbankan syariah dapat menguasai pangsa pasar atau market share dari perbankan.

Hal tersebut sesuai dengan teori market share atau pangsa pasar. dimana pangsa pasar atau market share merupakan persentase atau besarnya wilayah pasar yang dapat dikuasai perbankan syariah dalam menjual dan menawarkan produk yang dimilikinya kepada masyarakat.

Tabel 4.18. Perbandingan Pembiayaan dan Market Share



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 sampai dengan 2019 pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah terus mengalami kenaikan. Hal tersebut juga diikuti oleh market share perbankan syariah. Dan pada tahun 2020 pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah mengalami penurunan. Hal tersebut juga diikuti oleh market share perbankan syariah yang pada grafik menunjukkan penurunan pada tahun 2020.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh wulandari dan Anwar (2019) yang menyatakan bahwa pembiayaan berpengaruh terhadap market share perbankan di Indonesia.

e. Pengaruh Kantor Cabang, ATM, DPK, Dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah

Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kantor cabang, ATM, DPK dan pembiayaan memiliki nilai F hitung $> F$ tabel yaitu sebesar $170.1584 > 2,52$. Serta nilai signifikan yaitu sebesar $0,000$ atau $0\% < 0,05$ atau 5% . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia.

Market share atau pangsa pasar merupakan representasi dari seluruh pasar untuk kategori produk atau jasa yang dikuasai oleh perusahaan dengan kategori bidang yang sejenis (Gunara, 2007). Market share merupakan nilai dari total pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan dari keseluruhan pasar yang memiliki jenis bidang usaha yang sama.

Market share atau pangsa pasar adalah perbandingan volume penjualan yang dimiliki industri baik dalam bentuk unit maupun dalam bentuk rupiah (Sari, 2021). Market share adalah keseluruhan pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan.

Diperlukan beberapa komponen yang harus dimiliki perbankan syariah untuk dapat beroperasi, menjual, dan menawarkan produk di masyarakat (Sari, 2021). Komponen tersebut menjadi satu kesatuan. Adapun komponen seperti kantor cabang yang digunakan untuk mempermudah penyebaran perbankan syariah ke berbagai wilayah di Indonesia (Hanafi, 2021). ATM yang digunakan untuk mempermudah dan efisiensi bagi nasabah untuk menikmati jasa yang ditawarkan perbankan syariah tanpa harus ke kantor (Nazaritehrani dan Mashali, 2020). DPK digunakan sebagai sumber permodalan bank syariah untuk beroperasi dan melakukan kegiatan perbankan. Serta pembiayaan yang merupakan salah satu produk dan jasa yang ditawarkan perbankan syariah kepada nasabah.

Dengan adanya komponen-komponen tersebut yang dimiliki perbankan syariah. Maka market share atau pangsa pasar perbankan syariah akan mengalami peningkatan. Dikarenakan masyarakat dapat memperoleh informasi dan dapat mengakses berbagai layanan yang ditawarkan oleh perbankan Syariah.

Dan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel kantor cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia harus melihat nilai koefisien determinasinya (R^2). Dan nilai koefisien tersebut dapat dilihat pada nilai adjusted R square yaitu sebesar $0,925235$ atau $92,52\%$. sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independent (kantor cabang, ATM, DPK, pembiayaan) mampu menjelaskan perubahan dan variasi variabel market share sebesar $92,52\%$ dan sisanya sebesar $7,48\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang dilakukan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020 maka dapat kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kantor cabang berpengaruh terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Berdasarkan hasil dari olah data didapatkan bahwa kenaikan 1% dari jumlah kantor cabang atau 5 kantor cabang akan menaikkan market share perbankan syariah sebesar $0,673277\%$.
2. Variabel ATM berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Berdasarkan hasil olah data maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan dan penurunan 1% dari ATM atau 28 ATM maka akan meningkatkan dan menurunkan market share sebesar $0,148829\%$.
3. Variabel DPK berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Dapat diketahui bahwa Dengan kenaikan 1% dari jumlah DPK atau sebesar 4.569 Milyar, maka akan meningkatkan market share perbankan syariah sebesar $0,16995\%$.
4. Variabel pembiayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Dari hasil penelitian dapat diketahui

bahwa kenaikan dan penurunan 1% atau 967 Miliar dari pembiayaan di perbankan syariah maka akan menaikkan dan menurunkan market share perbankan syariah sebesar 0,028725%.

5. Variabel kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2016-2020. Dapat diketahui bahwa secara bersama sama kantor cabang, ATM, DPK, dan pembiayaan mempengaruhi market share perbankan syariah sebesar 91,97%. Sedangkan sisanya 8,03% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya keterbatasan literatur, referensi, serta teori yang mendukung, data yang digunakan masih sedikit dan hanya berfokus di Indonesia. Sehingga harapannya untuk penelitian-penelitian selanjutnya adalah untuk menambahkan variabel yang digunakan dan memperbanyak data dan literatur sebagai referensi.

Bagi praktisi perbankan syariah diharapkan dapat menjaga faktor-faktor yang dapat meningkatkan dan menurunkan market share perbankan syariah di Indonesia. Dan menjadikan pertimbangan dalam mengambil kebijakan terkait dalam meningkatkan market share perbankan syariah.

Bagi masyarakat umum harapannya penelitian ini menjadi sumber literasi yang mampu menambah wawasan bagi pembaca.

REFERENCE

- Abdullah, A. (2017). A comparison between Malaysia and Indonesia in Islamic banking industry. *Research Journal of Business and Management*, 4(3), 276-286.
- Adenan, Moh., Safitri, Ghaluh Hermawati., Yuliati, Lilis. (2021). Market Share Bank Syariah Terhadap Institusi Keuangan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* vol. 8 no. 1 hal. 75-83.
- Afrizal, A. (2017). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Quick Ratio, Current Asset Dan Non Performance Finance Terhadap Profitabilitas Pt Bank Syariah Mandiri Indonesia. *VALUTA*, 3(1), 189-210.
- Agista, P. S. (2021). Analisis Pengaruh Npf, Dpk, Roa, Dan Fdr Terhadap Market Share Bank Syariah Mandiri Periode 2014-2019 (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Ascarya, Diana Yimanita. (2015). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- Bank Indonesia. *Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu*. BI.go.id
- Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administasi Negara. (2018). *Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews*. Pusat Kajian dan Pendidikan dan Pelatihan Aparatur IV Lembaga Administrasi Negara, 2018
- Dai-Won Kim, Jung-Suk Yu, M. Kabir Hassan. (2017). *Financial Inclusion and Economic Growth in OIC Countries*. *Research in International Business and Finance*.
- Ergungor, O. E., & Moulton, S. (2011). Do bank branches matter anymore?. *Economic Commentary*, (2011-13).
- Firmansyah, A. D. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). *Analisis multivariat dan ekonometrika: teori, konsep, dan aplikasi dengan EVIEWS 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunara, T., & Sudibyoy, U. H. (2007). *Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: Masania Prima.
- Gunawan, G., & Utami, T. (2021). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan Bermasalah Dan Bopo Terhadap Market Share Perbankan Syariah. *SAKUNTALA: Prosiding Sarjana Akuntansi Tugas Akhir Secara Berkala*, 1(1), 29-41.
- Hadi, Syamsul. (2017). *Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS (Beginikah Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS?)*. *Academia: Accelerating the world's research*
- Hanafi, Syafiq Mahmadah. (2021). *Determinant Of Market Share in the Indonesia Islamic Banking Industry*. *Muqtasid Journal*
- Himami., Fatikul., dan Wigati, Sri. (2014). *Perbankan Syariah*. Surabaya: Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hussain, H., Khatoon, S., & Sarwar, Z. (2019). *Competitive Strategies of Islamic Banks: A Case of Pakistan*. *Journal of Philosophy, Culture and Religion*, 46, 12-23.
- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia.
- Javadin, Seyed., Ebrahimi. (2010). *Model For Explanation of Iranian Banks Market Share in Competitiveness*. *Fourth International Conference on Marketing Management*.
- Kondo, K. (2018). Does branch network size influence positively the management performance of Japanese regional banks?. *Applied Economics*, 50(56), 6061-6072.
- Lasrin, Deby Aryanti., Hidayati, Siti., Permadhy, Yul Tito. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kinerja Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* vol.2 hal.728-743.
- Listiyowatie, Isty Prisniwi. (2010). *Analisa Regulasi Tarif Referensi Dalam Industri Asuransi Kendaraan Bermotor Di Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ludiman, I., & Mutmainah, K. (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.

- Maulana, A., Ariffin, M., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Return On Assets Dan BOPO Terhadap Market Share Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 167-176.
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *d'CARTESIAN: Jurnal Matematika dan Aplikasi*, 4(2), 196-203.
- Muhammad. (2018). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nazaritehrani, A., & Mashali, B. (2020). Development of E-banking channels and market share in developing countries. *Financial Innovation*, 6(1), 1-19.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Snapshot Perbankan Syariah Indonesia. Ojk.go.id
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). SPS Desember 2020. Ojk.go.id
- Purboastuti, Nurani., Anwar, Nurul., dan Suryahani, Irma. (2015) berjudul "Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah". *Journal of Economics And Policy (JEJAK)* vol.8 no.1 hal.13-22
- Rivai, H. V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. (2007). *Bank and financial institution management*. Raja Grafindo Persada.
- Rohman, S. N., & Karsinah, K. (2016). Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2016. *Economics Development Analysis Journal*, 5(2), 135-142.
- Sandy, M., Mulazid, A. S., & Mubaroj, F. (2019). An Analysis on The Effect of Performance Factors and Technology Aspect on Market Share of Sharia-Compliant Banking in Indonesia. *Proceedings of The 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES)*, 370-375.
- Saputra, Bambang. (2014). Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntabilitas* vol.8 no.2 hal.123-131
- Setyawati, Irma. (2018). *Bank Umum Syariah Di Indonesia: Peningkatan Laba dan Pertumbuhan Melalui Pengembangan Pangsa Pasar*. Yogyakarta: Expert.
- Setyowati, D. H., Sartika, A., & Setiawan, S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(2), 169-186.
- Siagian, Ade Onny. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Modal Bank, Jumlah Kantor Cabang, Tingkat Suku Bunga dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Jumlah Kredit UMKM Bank BUMN. *Proseding STIE BPD Accounting Forum (SAF)* vol.1.
- Siregar, E. S. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia. Penerbit Tahta Media Group.
- Sultoni, Hasan., Mardiana, Kiki. (2021). Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah* vol.8 no.1 hal.17-40.
- Sumarwan, U., Fachrodji, A., & Nursal, A. (2011). *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. PT Penerbit IPB Press.
- UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah.
- Wulandari, V., & Anwar, D. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Melalui Aset Sebagai Variabel Intervening. *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 33-44.
- Yusuf, A Muri. (2019). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.

