

**PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP *MARKET SHARE*
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019)**

SKRIPSI

Oleh:

S. ADITYA RIZKY PRATAMA

NIM: 0503161098

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2020

**PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP *MARKET SHARE*
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera
Utara

Disusun Oleh :

S. ADITYA RIZKY PRATAMA

NIM: 0503161098



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

MEDAN

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : S. Aditya Rizky Pratama

NIM : 0503161098

Tempat/ Tgl. Lahir : Dusun VI Jl. Paya Bakung, Desa Sumber Melati Diski

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH BOPO, FDI, DPK, ROA TERHADAP MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019)**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan 24 September 2020

Yang membuat pernyataan



S. Aditya Rizky Pratama

NIM. 0503161098

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP *MARKET SHARE*
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019)**

Oleh:

S. Aditya Rizky Pratama

NIM. 0503161098

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan 24 September 2020

Pembimbing I



Dr. Fauzi Arif Lubis, MA

NIP. 19841224015031004

Pembimbing II

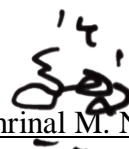


Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si

NIB. 1100000093

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Zuhrinal M. Nawawi, MA

NIP. 197608182007101001

Skripsi berjudul **“PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 – 2019)”** an. S.Aditya Rizky Pratama, NIM 0503161098 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 22 Desember 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 22 Desember 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah UINSU

Ketua



(Dr. Zuhri M Nawawi, MA)

NIP. 197608182007101001



1. (Dr. Fauzi Anif Lubis, MA)

NIP. 19841224015031004



3. (Dr. Zuhri M Nawawi, MA)

NIP. 197608182007101001

Sekretaris



(Tuti Anggraini, MA)

NIP. 197705312005012007

Anggota



2. (Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si)

NIB. 1100000093



4. (Annio Indah Lestari, MM)

NIDN. 2009037401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN-SU Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag

NIDN.2023047602

ABSTRAK

S. Aditya Rizky Pratama (2020), NIM: 0503161098, Judul: PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019). Dibawah bimbingan, Pembimbing Skripsi I Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA, dan Pembimbing Skripsi II Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh BOPO, FDR, DPK, ROA terhadap *MARKET SHARE* Bank Umum Syariah di Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan *market share* perbankan syariah yang masih dikategorikan lambat dan cenderung stagnan. Perkembangan perbankan syariah yang signifikan dari tahun ke tahun ternyata belum mampu menciptakan nilai *market share* yang tinggi. Keberhasilan industri perbankan syariah ini tidak diimbangi dengan perkembangan *market share*-nya. Perbankan syariah seharusnya menguasai pangsa pasar dimana dengan potensi pasar yang ada di Indonesia, mengingat bahwa di negara Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kemudian sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu laporan tahunan (*Annual Report*) yang di publikasikan pada website resmi masing-masing BUS dari tahun 2013-2019. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dimana variabel BOPO, FDR, DPK, ROA sebagai variabel *independent* dan *MARKET SHARE* sebagai variabel *dependent*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh signifikan terhadap *Market Share*. Kemudian secara parsial BOPO tidak berpengaruh terhadap *Market Share* dengan nilai t hitung sebesar - 1,797 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,077. Secara parsial FDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* dengan nilai t hitung sebesar 6,019 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Secara parsial DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* dengan nilai t hitung sebesar 41,843 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Secara parsial ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* dengan nilai t hitung sebesar 2,133 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,037.

Kata kunci: BOPO, FDR, DPK, ROA, MARKET SHARE



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “PENGARUH BOPO, FDR, DPK, ROA TERHADAP *MARKET SHARE* BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (PERIODE 2013 - 2019)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana pada Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat bersyukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan pertolongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi baik dari segi moril maupun support. Pihak - pihak tersebut adalah:

1. Ayahanda **Sugeng** dan Ibunda **Susanti** selaku orang tua penulis serta adik-adikku tersayang Dimas dan Abdi beserta semua saudara-saudara penulis yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan moril serta fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak **Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak **Dr. Azhari Akmal Tarigan M.Ag**, selaku Pembimbing Akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Bapak **Dr. Zuhrial M. Nawawi, M.A**, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu **Tuti Anggraini, M.A**, selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Bapak **Dr. Fauzi Arif Lubis, MA**, selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak **Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si**, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada sahabat terbaik dan terkeren penulis yaitu Risky Aziz Prasetyo yang selalu memberikan dukungan moril, support, motivasi, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga kelas PS-C 2016 yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Akhir kata semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis dan pembaca dalam menggali ilmu pengetahuan. *Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Medan 28 September 2020



S. Aditya Rizky Pratama

NIM. 0503161098

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II Kajian Teoritis	15
A. Kajian Teori	15
1. Perusahaan dan Pasar.....	15
a. Pengertian Perusahaan.....	15
b. Pengertian Pasar.....	15
c. Struktur Pasar.....	16
d. Strategi Pemasaran Berdasarkan Market Share	16
2. <i>Market Share</i> (Pangsa Pasar)	17
a. Pengertian <i>Market Share</i>	17

b. Teori <i>Market Share</i>	18
c. Pengaruh Teori Terhadap Variabel	20
d. Manfaat <i>Market Share</i>	21
e. Indikator <i>Market Share</i>	23
f. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Market Share</i>	24
g. Jenis – Jenis <i>Market Share</i>	24
3. BOPO.....	25
a. Pengertian BOPO	25
b. Hubungan antara BOPO dengan <i>Market Share</i>	26
4. <i>Financing to Deposit Ratio</i> (FDR).....	27
a. Pengertian <i>Financing to Deposit Ratio</i> (FDR)	27
b. Hubungan antara FDR dengan <i>Market Share</i>	29
5. Dana Pihak Ketiga (DPK).....	30
a. Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)	30
b. Hubungan antara DPK dengan <i>Market Share</i>	33
6. <i>Return On Asset</i> (ROA)	33
a. Pengertian <i>Return On Asset</i> (ROA)	33
b. Hubungan antara ROA dengan <i>Market Share</i>	35
7. Kinerja Keuangan Bank Syariah	36
a. Pengertian Kinerja Keuangan	36
b. Tujuan Kinerja Keuangan Bank	36
c. Kinerja Keuangan Bank Menurut Perspektif Islam	37
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Teoritis	44
D. Hipotesa Penelitian.....	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan Penelitian.....	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Jenis dan Sumber Data	47
D. Populasi dan Sampel	48
E. Definisi Operasional Variabel.....	51
1. Variabel Dependent	51
2. Variabel Independent.....	51
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	53
G. Analisis Data.....	54
1. Statistik Deskriptif.....	54
2. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Multikolinearitas	55
c. Uji Autokorelasi.....	56
d. Uji Heteroskedastisitas	56
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji Parsial (Uji t).....	58
b. Uji Simultan (Uji F)	59
5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	60
 BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	 61
A. Hasil Penelitian	61
1. Gambaran Umum Penelitian.....	61

2. Deskripsi Data Penelitian.....	63
a. Analisis Deskriptif <i>Market Share</i>	63
b. Analisis Deskriptif BOPO	66
c. Analisis Deskriptif FDR	69
d. Analisis Deskriptif DPK.....	72
e. Analisis Deskriptif ROA	75
3. Uji Asumsi Klasik	78
a. Uji Normalitas.....	78
b. Uji Multikolinearitas	80
c. Uji Autokorelasi.....	81
d. Uji Heteroskedastisitas	82
4. Uji Analisis Regresis Linear Berganda.....	84
5. Uji Hipotesis.....	86
a. Uji t (Uji Secara Parsial).....	86
b. Uji F (Uji Secara Simultan)	88
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
B. Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Perkembangan Indikator Utama Perbankan Syariah	5
2.1	Kajian Terdahulu	40
3.1	Populasi Penelitian.....	48
3.2	Proses Pengambilan Sampel.....	50
4.1	Data <i>Market Share</i> BUS Periode 2013 – 2019.....	64
4.2	Hasil Analisis Deskriptif <i>Market Share</i>	66
4.3	Data BOPO Pada BUS Periode 2013 – 2019	67
4.4	Hasil Analisis Deskriptif BOPO	69
4.5	Data FDR Pada BUS Periode 2013 – 2019.....	70
4.6	Hasil Analisis Deskriptif FDR.....	72
4.7	Data DPK Pada BUS Periode 2013 – 2019.....	73
4.8	Hasil Analisis Deskriptif DPK	75
4.9	Data ROA Pada BUS Periode 2013 – 2019	76
4.10	Hasil Analisis Deskriptif ROA	78
4.11	Hasil Uji Normalitas	79
4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	81
4.13	Hasil Uji Auto Korelasi.....	82
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85
4.16	Hasil Uji t	87
4.17	Hasil Uji F	89
4.18	Ringkasan Hasil Pembahasan Uji Hipotesis	90
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Konseptual.....	45
4.1 Grafik P – plot	80
4.2 Grafik Scatterplot.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹

1.) Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.

2.) Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. UUS berada satu tingkat di bawah direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa.

3.) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/atau badan

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua (Depok: Kencana, 2009), h. 58

hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.²

Perkembangan bank syariah di Indonesia terlihat cukup signifikan apabila dilihat perkembangannya dimulai pada tahun 2008 yang hanya memiliki 3 Bank Umum Syariah (BUS), namun pada saat ini Berdasarkan data statistik, perbankan syariah di Indonesia telah memiliki 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³

Bank syariah di Indonesia sendiri terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setiap tahunnya. Dalam kurun waktu tahun 2014-2018, perbankan syariah mampu mencatat Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (*Compounded Annual Growth Rate/ CAGR*) sebesar 15 persen, lebih tinggi dari industri perbankan nasional yang mencatat CAGR sebesar 10 persen pada periode yang sama.⁴ Walaupun pertumbuhan perbankan syariah terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, Fenomena yang tengah dihadapi perbankan syariah yaitu sulitnya menembus pangsa pasar yang sebenarnya sangat besar bagi industri perbankan syariah.

Pada tahun 2002 Bank Indonesia membuat Inisiatif untuk pengembangan bank syaria'ah yang ada di Indonesia. Bank Indonesia mengadakan program percepatan pertumbuhan perbankan syariah yaitu melalui Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) sebagaimana dituang dalam cetak biru perbankan syariah tahun 2002, Bank Indonesia menargetkan pangsa pasar bank syariah pada tahun 2008 adalah sebesar 5 %. Sedangkan nantinya pada tahun 2015 adalah mencapai pangsa pasar perbankan syariah sebesar 15 %.⁵ Namun,

² *Ibid.*, h. 59

³ Statistik Perbankan Syariah Februari 2020, diakses 6 Februari 2020 dari www.ojk.go.id.

⁴ Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), dalam INSIGHT Buletin Ekonomi Syariah, INSIGHT I, edisi kedelapan, 1 Januari 2020

⁵ Sani Noor Rohman, Karsinah, *Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2016*, Economics Development Analysis Journal, Vol. 5, No. 2, 2016

jika kita melihat data dari OJK sekarang dan juga tabel Perkembangan Indikator Utama Perbankan Syariah, Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) yang di buat oleh BI tidak membuat *market share* Perbankan Syariah yang ditargetkan mencapai 5% pada tahun 2008 dan 15% pada tahun 2015 dapat terealisasikan. Menurut data OJK dalam laporan perkembangan keuangan syariah (LPKS) tahun 2016, *market share* perbankan syariah untuk tahun 2015 sendiri hanya mencapai angka sebesar 4,88 %. Artinya, target yang ditetapkan Bank Indonesia masih jauh dari kata tercapai.

Kekhawatiran target pangsa pasar 5% tidak tercapai memang menjadi pemikiran kalangan pemerintah, praktisi, pemerhati, peneliti maupun akademisi yang menyatakan bahwa keberhasilan perbankan syariah tidak diimbangi dengan *market share* industri perbankan syariah. Hal tersebut pasti memiliki masalah krusial dalam pengembangan perbankan syariah. Yusuf Kalla juga mengatakan bahwa pangsa pasar untuk pertumbuhan bank syariah di Indonesia cukup besar namun pertumbuhannya masih sangat kecil. Padahal, menurutnya investasi di sektor perbankan syariah dapat menjadi alternatif pendorong pertumbuhan ekonomi nasional.⁶

Program pengembangan perbankan syariah dihadapkan pada berbagai rintangan. Walaupun dari segi pasar berpeluang besar namun ada beberapa kendala yang belum teratasi secara maksimal. Salah satu cara mengetahui kendalanya yaitu melalui analisis kinerja laporan keuangan bank syariah pada rasio keuangan dan kontribusinya terhadap *market share*. Analisa ini menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah, peneliti, akademisi dan instansi perbankan syariah khususnya, untuk mengetahui indikator utama perbankan maupun rasio keuangan yang paling berpengaruh signifikan terhadap *market share* Perbankan syariah.

⁶ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, h. 291-314

Market Share Ratio dapat digunakan untuk mengukur kinerja bank syariah masih terbilang baru di Indonesia. Semakin besar market share bank syariah di Indonesia, semakin besar pula peran dan fungsinya bagi perekonomian nasional.⁷

Proses mendukung peningkatan pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah dapat dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan kinerja masing-masing Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). layaknya sebuah perusahaan mengoptimalkan analisis laporan keuangannya, Rasio Keuangan pada bank syariah umumnya digunakan dalam analisis kegiatan operasional bank untuk menilai tingkat kesehatan bank tersebut. Beberapa indikator utama perbankan yang mewakili adalah rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), Dana Pihak Ketiga (DPK), *Return on Assets* (ROA). Analisa kinerja indikator keuangan tersebut nantinya akan menunjukkan tingkat kesehatan bank syariah yang dianggap berkontribusi terhadap peningkatan pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah di Indonesia.

Guna mendukung peningkatan *market share* perbankan syariah, maka dibutuhkan kinerja masing-masing Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Kinerja masing-masing Bank syariah tersebut, sebagaimana layaknya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan menganalisa dari beberapa indikator utama perbankan dalam tabel 1.1 dibawah ini.

⁷ Bambang Saputra, *Faktor Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII No. 2, Agustus 2014, h. 123-131

Tabel 1.1
Perkembangan Indikator Utama Perbankan Syariah
Periode 2013-2019

Indikator	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BUS-UUS-BPRS							
Aset (Rp Triliun)	248,11	278,90	304,00	365,66	435,02	489,69	499,34
<i>Market Share</i>	4,89%	4,85%	4,88%	5,55%	5,78%	5,96%	5,95%
DPK (Rp Triliun)	187,19	221,89	236,02	285,2	341,71	379,96	394,72
BOPO	78,21%	94,16%	94,38%	93,63%	89,62%	85,49%	83,94%
FDR	100,32%	91,50%	92,14%	88,87%	85,34%	86,11%	86,15%
ROA	2,00%	0,79%	0,84%	0,94%	1,15%	1,59%	1,68%

Sumber: Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan aset perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, tetapi pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah di Indonesia relatif masih tergolong kecil dan pertumbuhannya pun bergerak lambat setiap tahunnya.

Dapat dilihat, *market share* perbankan syariah pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 mengalami pertumbuhan yang stagnan yaitu berada pada angka 4%. Bahkan mengalami penurunan pada tahun 2014 yang sebelumnya pada tahun 2013 *market share* perbankan syariah tercatat sebesar 4,89% menjadi 4,85% di tahun 2014. Sampai akhir tahun 2015 program akselerasi Perbankan syariah (PAPBS) yang dicanangkan oleh BI tidak membuat *market share* perbankan syariah yang ditargetkan mencapai 5% pada tahun 2008 terealisasi. *Market share* Perbankan syariah pada tahun 2015 masih tercatat pada angka 4,88%.

Fakta perkembangan *market share* perbankan syariah di Indonesia tidak pernah mencapai target yang sudah ditetapkan. Selama sepuluh tahun *market share* perbankan syariah melesat jauh dibawah target, *market share* pada tahun

2015 sendiri hanya berada pada angka 4,88 persen. Padahal yg di targetkan BI adalah 15% pada tahun ini. Dukungan dari pemerintah melalui penetapan landasan hukum dan regulasi belum mampu meningkatkan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Selain itu kecilnya pangsa pasar perbankan syariah dalam industri perbankan di Indonesia mengindikasikan bahwa bank syariah belum mempunyai daya saing yang baik dibandingkan dengan bank konvensional.⁸

Baru kemudian Pertumbuhan positif menandai perkembangan perbankan syariah terjadi pada tahun 2016 setelah 3 tahun terakhir mengalami perlambatan pertumbuhan. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan total aset yang cukup tinggi selama tahun 2016 sehingga share total aset perbankan syariah terhadap perbankan nasional sudah berhasil menembus *5% trap*.

Aset perbankan syariah di tahun 2016 tercatat meningkat sebesar Rp61,6 triliun, atau tumbuh 20,28%. BUS memberikan sumbangan terbesar pada peningkatan aset perbankan syariah sebesar Rp40,7 Triliun. Pertumbuhan BUS yang signifikan mulai terjadi pada September 2016 dengan adanya konversi BPD Aceh menjadi Bank Aceh Syariah. Aset BPD Aceh mencapai Rp18,95.triliun atau sebesar 5,18% dari total aset perbankan syariah secara keseluruhan. Konversi Bank Aceh Syariah berdampak kepada meningkatnya *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional menembus angka psikologis 5% (*five percent trap*). Per Desember 2016 *Market Share* perbankan syariah mencapai 5,33% atau meningkat sebesar 0,46% dari 4,87% pada tahun 2015.⁹

Kemudian jika dilihat kembali pada tabel di atas, pada tahun 2017 *market share* perbankan syariah memang tumbuh dari tahun sebelumnya, namun pertumbuhannya masih tergolong kecil. Pada tahun 2017 aset perbankan syariah

⁸ Muhammad Wahid Abdullah, “Analisis Structure-Conduct-Performance Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015” (Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, h. 3.

⁹ Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019, diakses 17 Februari 2020 dari www.ojk.go.id

tahun 2017 tumbuh 18,97% (yoy), walaupun angka pertumbuhan masih tinggi, namun cenderung mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2016 yang tumbuh sebesar 20,28%, atau tumbuh 18,97% (yoy). Faktor yang paling mempengaruhi perlambatan pertumbuhan perbankan syariah disebabkan oleh pertumbuhan BUS yang turun sebesar 5,78% atau hanya mencapai 13,31% (yoy) pada tahun 2017. Perlambatan pertumbuhan di BUS berdampak besar pada pertumbuhan *market share* perbankan syariah yang mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2016.¹⁰

Pada tahun 2018 aset perbankan syariah masih menunjukkan pertumbuhan yang positif, meski mengalami perlambatan jika dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam tiga tahun terakhir, pertumbuhan aset perbankan syariah masih terjaga double digit, dengan pangsa pasar mencapai 5,96% terhadap perbankan nasional.¹¹

Selanjutnya perkembangan perbankan syariah hingga bulan juni 2019 terus menunjukkan perkembangan positif dengan Aset, Pembiayaan yang Disalurkan (PYD), Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terus tumbuh. Perkembangan aset perbankan syariah naik dari tahun sebelumnya yang pada tahun 2018 aset perbankan syariah tercatat sebesar 486,69 triliun menjadi 499,34 triliun pada juni 2019. Begitu juga dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang sebelumnya pada tahun 2018 tercatat sebesar 379,96 triliun naik menjadi 394,72 triliun pada juni 2019. Walaupun perkembangan Aset dan DPK naik, namun perkembangan *market share* perbankan syariah justru menurun yang sebelumnya pada tahun 2018 *market share* perbankan syariah tercatat sebesar 5,96% turun menjadi 5,95% pada juni 2019.¹²

¹⁰ Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017, www.ojk.go.id. Diunduh pada tanggal 18 Februari 2020

¹¹ Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2018, www.ojk.go.id. Diunduh pada tanggal 26 Februari 2020

¹² Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2019, www.ojk.go.id. Diunduh pada tanggal 3 Maret 2020

Jika diamati, pertumbuhan *market share* perbankan syariah tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 cenderung mengalami pertumbuhan yang lambat. Per Juni 2019 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pangsa pasar perbankan syariah memang masih bertengger di level 5,95%. Porsi terbesar disumbang oleh BUS dengan nilai aset Rp322,95 triliun, yang bahkan tidak sampai setengah dari aset satu bank konvensional terbesar di Tanah Air. Adapun *market share* perbankan syariah hingga kini cukup menjadi perhatian banyak pihak. Pasalnya, pertumbuhan *market share* perbankan syariah dalam lima tahun ini hanya bertumbuh dikisaran 1%.¹³

Melihat pada tabel di atas, secara empiris indikator-indikator utama perbankan syariah dari tahun ke tahun pertumbuhannya bergerak fluktuatif dan juga memiliki beberapa perbedaan dengan teori yang ada. Dalam kolom Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) dapat dilihat masih ada fluktuasi. Perkembangan rasio BOPO cenderung tidak stabil dengan persentase sekitar 78% hingga 94%. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat efisiensi pada biaya operasional bank syariah yang terindikasi kurang baik sehingga kemudian akan berdampak pada laba yang mengakibatkan *market share* perbankan syariah tumbuh secara lambat.

Kemudian jika kita melihat tabel kembali, pada tahun 2016 dan 2017 ketika indikator FDR turun sebesar 88,87% dan 85,34%, *market share* malah justru naik menjadi 5,55% dan 5,78% sehingga ada kesan bahwa indikator FDR berpengaruh negatif terhadap *market share*. Padahal dalam penelitian terdahulu dikatakan bahwa FDR berpengaruh signifikan positif terhadap *market share*.

Lalu pada kolom DPK, indikator DPK mengalami kenaikan setiap tahunnya. Jika kita lihat pada tahun 2013 ke tahun 2015 indikator DPK mengalami kenaikan, namun tidak memberikan pengaruh yang signifikan

¹³ Ipak Ayu H Nurcaya, "Tahun Depan Market Share Syariah Dinilai akan Tumbuh", *Bisnis.com*, 30 November 2019, <https://finansial.bisnis.com/read/20191130/90/1176131/tahun-depan-market-share-syariah-dinilai-akan-tumbuh>. Diunduh pada tanggal 26 Februari 2020

terhadap pertumbuhan *market share*. Padahal dalam penelitian terdahulu dikatakan bahwa DPK berpengaruh positif signifikan terhadap *market share*.

Selanjutnya ketika indikator ROA pada tahun 2014, 2015, 2016 berada pada angka 0,79%, 0,84%, 0,94% yang mana menurut kriteria penilaian ROA dinilai buruk karena berada pada angka 0%, Tetapi di tahun yang sama *market share* justru mengalami kenaikan berada pada angka 4,85%, 4,88%, 5,55%. Padahal dikatakan dalam penelitian terdahulu ROA berpengaruh positif signifikan terhadap *market share*.

Walaupun target Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) sebesar 5% telah tercapai, namun terlihat pada uraian diatas, *market share* perbankan syariah perkembangannya tergolong lambat dan masih sangat jauh dibandingkan dengan *market share* perbankan konvensional.

Market share perbankan syariah di Indonesia secara global masih dikategorikan tergolong kecil jika dibandingkan dengan negara lain. Seperti yang diungkapkan oleh Komisaris Utama Bank Mandiri Syariah, Mulya Effendi Siregar, “Malaysia dan Bahrain sudah di atas Indonesia dengan masing-masing mencapai 24% (dua puluh empat persen) dan 29% (dua puluh sembilan persen). Sedangkan untuk *market share* di tingkat global, perbankan syariah di Indonesia masih menyumbang sebesar 1,6% (satu koma enam persen), sedangkan Malaysia sudah mencapai 9% (sembilan persen).¹⁴

Market share umumnya akan muncul pengaruhnya ketika nilainya mencapai 15%, artinya kontribusi perbankan syariah terhadap perekonomian tidak cukup signifikan pengaruhnya mengingat *market share* perbankan syariah di Indonesia sendiri masih jauh dari angka 15%.

¹⁴ Heryanto, “Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Masih Kecil Dibanding Negara Lain”, www.SEMARAK.com, 7 Januari 2018, <http://semarak.co/market-share-perbankan-syariah-di-indonesia-masih-kecil-dibanding-negara-lain/>. Diunduh pada tanggal 18 April 2020

Artinya apa? Artinya perkembangan perbankan syariah yang signifikan dari tahun ke tahun ternyata belum mampu menciptakan nilai *market share* yang tinggi. Pertumbuhan *market share* perbankan syariah sendiri dari tahun ke tahun masih dikategorikan lambat, padahal industri perbankan syariah di Indonesia sendiri terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setiap tahunnya.

Tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah di Indonesia dilihat dari perkembangan industri perbankan syariah. Bukti keberhasilan bank syariah mempertahankan eksistensinya terhadap terpaan krisis moneter dalam perekonomian Indonesia pada realitanya sangat tidak sinkron dengan pertumbuhan tingkat *market share* dari tahun ke tahun yang sangat lambat.

Perbankan syariah seharusnya menguasai pangsa pasar dimana dengan potensi pasar yang ada di Indonesia, mengingat bahwa jumlah populasi Muslim di Indonesia mencapai sekitar 227 juta jiwa atau 87 persen dari total penduduk Indonesia tentunya *market share* perbankan syariah Indonesia dapat lebih besar dari yang ada saat ini. Dengan *market share* yang kecil tentunya perbankan syariah belum banyak memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Akibatnya, pertumbuhan Indonesia belum menjadi solusi bagi permasalahan ekonomi nasional sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, dalam rangka menghadapi perdagangan global yang makin terbuka dibutuhkan *market share* yang besar sehingga perbankan syariah mempunyai daya saing.

Kemudian, kekhawatiran dari kalangan pemerintah, praktisi, peneliti maupun akademisi terhadap ketidakmampuan perbankan syariah Indonesia untuk memenuhi harapan besar masyarakat, mengingat besarnya potensi pangsa pasar Indonesia menjadi sangat penting dan juga menarik untuk diteliti karena keberhasilan industri perbankan syariah ini tidak diimbangi dengan perkembangan *market share* nya. Fenomena di atas menunjukkan adanya gejala stagnasi pertumbuhan pada perbankan syariah di Indonesia saat ini khususnya pada *market share* (pangsa pasar).

Pergerakan *market share* atau pangsa pasar perbankan syariah tidak terlepas dari pengaruh indikator-indikator utama perbankan yang menjadi parametrik dalam sistem operasional perbankan.

Dalam mendukung peningkatan *market share* perbankan syariah dibutuhkan juga kinerja masing-masing bank syariah baik berbentuk BUS maupun UUS. Kinerja bank syariah sebagaimana layaknya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan menganalisa laporan keuangan bank syariah. Indikator-indikator utama perbankan yang dirasa dapat digunakan untuk menganalisa kinerja bank syariah nantinya akan menilai kesehatan bank syariah. Analisa kinerja indikator utama tersebut akan menunjukkan tingkat kesehatan bank syariah yang diharapkan berkontribusi terhadap peningkatan pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah di Indonesia. Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh BOPO, FDR, DPK, ROA Terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah Di Indonesia (Periode 2013- 2019)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Keberhasilan industri perbankan syariah ini tidak diimbangi dengan perkembangan *market share*-nya.
2. Bank Indonesia tidak memenuhi target *market share* perbankan syariah dalam program percepatan pertumbuhan perbankan syariah yaitu melalui Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS).
3. Dari tahun ke tahun perkembangan aset dan dana pihak ketiga (DPK) perbankan syariah terus mengalami peningkatan, namun sayang peningkatan aset dan dana pihak ketiga (DPK) tersebut tidak diikuti dengan peningkatan *market share* nya.
4. Bank Indonesia sudah sejak tahun 2008 menargetkan pertumbuhan *market share* (pangsa pasar) bank syariah sebesar 5%, namun target tersebut meleset

dan baru bisa di capai pada tahun 2016 akibat lambatnya perkembangan perbankan syariah dari tahun ke tahun.

5. Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (*Compounded Annual Growth Rate/ CAGR*) industri perbankan syariah lebih tinggi dibandingkan industri perbankan konvensional, tetapi *market share* perbankan syariah masih jauh tertinggal dibandingkan perbankan konvensional.
6. *Market Share* Perbankan Syariah pertumbuhannya tergolong lambat dan masih sangat jauh dibandingkan dengan *market share* perbankan konvensional.
7. Latar belakang di atas menunjukkan adanya gejala stagnasi pertumbuhan pada perbankan syariah di Indonesia saat ini khususnya pada *market share* atau pangsa pasar.

C. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, penulis membatasi penelitian agar menghindari pembahasan yang tidak tepat sasaran. Penulis menggunakan empat variabel bebas yang merupakan indikator utama perbankan yaitu BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) dan satu variabel terikat yaitu *Market Share* Bank Umum Syariah (BUS).

Kemudian penulis membatasi studi kasus pada penelitian ini hanya fokus pada Bank Umum Syariah (BUS) yang ada di Indonesia yang mempublikasikan laporan tahunan (*Annual Report*) sesuai periode dan kriteria sampel yang telah ditentukan penulis yaitu periode 2013-2019.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah:

1. Apakah variabel BOPO berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia?
2. Apakah variabel FDR berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia?

3. Apakah variabel DPK berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia?
4. Apakah variabel ROA berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia?
5. Apakah variabel BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel BOPO terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel FDR terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel DPK terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel ROA terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel BOPO, FDR, DPK, ROA terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Diharapkan penulis mendapatkan tambahan pengetahuan yang selama ini hanya didapat penulis secara teoritis, dan penulis mengharapkan dapat menambahkan ilmu bermanfaat dan penulis mengetahui bagaimana kondisi *market share* perbankan syariah di Indonesia.

2. Bagi pihak Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan untuk memahami indikator-indikator yang menyebabkan pertumbuhan *market share* pada Bank syariah. Kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan keuangan dalam hal meningkatkan prinsip kehati-hatian perbankan syariah.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembanding bagi Bank Indonesia, OJK, dan lembaga keuangan syariah terkait dalam mengatur dan mengimplementasikan program-program dalam hal peningkatan pertumbuhan *market share* yang akan dijalankan.

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pelajar, mahasiswa, dan kalangan akademik lainnya.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Perusahaan dan Pasar

a. Pengertian Perusahaan

Perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinasi sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Menurut Carlton dan Perloff, perusahaan adalah organisasi yang mengubah input (sumber daya yang dibeli) menjadi *output* (produk bernilai yang dijual).

Perusahaan dalam meningkatkan keuntungannya memiliki beberapa tanggung jawab pada kehidupan dan kesejahteraan manusia. Saat ini, masyarakat menuntut kepada perusahaan-perusahaan untuk mengemban tanggung jawab yang jauh lebih besar dari sebelumnya. Istilah tanggung jawab sosial menunjukkan pertimbangan manajemen tentang pengaruh-pengaruh sosial disamping juga pengaruh ekonomi dari keputusan-keputusannya. Dalam ekonomi pengaruh-pengaruh sosial ini disebut dengan lingkungan perusahaan, yaitu keseluruhan dari faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya.

b. Pengertian Pasar

Pasar didefinisikan sebagai orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pasar ditetapkan oleh kondisi permintaan yang mewujudkan daerah pilihan konsumen atas barang. Pasar terbagi menjadi dua dimensi, jenis produk dan area geografis.¹⁵

¹⁵Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, h. 291-314

c. Struktur Pasar

Pengertian struktur pasar adalah karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat kompetisi dan harga di dalam pasar. Adapun bentuk-bentuk Struktur pasar, meliputi :

- 1) Pasar Persaingan Sempurna, adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran di mana jumlah pembeli dan penjual sedemikian rupa banyaknya/tidak terbatas.
- 2) Pasar Persaingan Tidak Sempurna, adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, atau bentuk pasar di mana salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri atas pasar monopoli, oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik.¹⁶

d. Strategi pemasaran berdasarkan *Market Share*

Strategi pemasaran bisa digolongkan atas dasar pangsa pasar yang diperoleh suatu perusahaan, maka terbagi atas 4 kelompok, yaitu:

- 1) *Market Leader*, disebut pimpinan pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 40% atau lebih.
- 2) *Market Challenger*, disebut penantang pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 30%.
- 3) *Market Follower*, disebut pengikut pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 20%.
- 4) *Market Nitcher*, disebut juga penggarap relung pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 10% atau kurang.¹⁷

¹⁶ Sesario Tri Nur Hendra, Deni Dwi Hartomo, *Pengaruh Konsentrasi dan Pangsa Pasar Terhadap Pengambilan Resiko Bank*, Jurnal Bisnis & Manajemen, Vol. 17, No. 2, 2017, h. 35-50

¹⁷ Erwin Saputra Siregar, "Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah Di Indonesia" (Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h. 21.

2. *Market Share* (Pangsa Pasar)

a. Pengertian *Market Share* (Pangsa Pasar)

Menurut Pasal 1 nomor 13 UU Nomor 5 Tahun 1999, pangsa pasar adalah persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.¹⁸

Menurut Sofian Assauri pengertian pangsa pasar adalah suatu analisis untuk mempelajari besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam presentase yang disebut dengan istilah *Market Share*.¹⁹

Menurut Indirani, setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri, dan besarnya berkisar antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Menurut literatur Neo-Klasik, landasan posisi pasar perusahaan adalah pangsa pasar yang diraihnya. *market share* dalam praktik bisnis merupakan tujuan atau motivasi perusahaan, sekaligus berperan sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Derajat kekuatan *market share* umumnya akan muncul ketika *market share* mencapai 15 persen. Pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu 25 persen hingga 30 persen maka derajat monopoli menjadi signifikan dan pada tingkat 40 persen hingga 50 persen biasanya memberikan *market power* yang besar. Sebaliknya apabila *market share* kecil menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan.²⁰

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *market share* merupakan indikator ataupun kunci dalam sebuah persaingan pasar. Perolehan *market share* nantinya akan menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dalam

¹⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999

¹⁹ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, Cet 3, 2000), h. 95

²⁰ Niken Lestiyaningsih, "Pengaruh DPK dan Kinerja Keuangan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Periode 2012-2016)" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2017), h. 20.

meraih pasar terhadap para pesaingnya. *Market share* yang besar menandakan kekuasaan pasar yang besar. Sedangkan *market share* yang kecil menandakan perusahaan tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan.

Market share Perbankan Syariah artinya presentase dari luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh perbankan syariah dari total pasar industri perbankan nasional. *Market share* Perbankan Syariah di Indonesia dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

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

b. Teori *Market Share* (Pangsa Pasar)

Ada dua teori besar mengenai pangsa pasar yaitu SCP (*structure conduct performance*) dan teori efisiensi.

1) Teori SCP (*structure conduct performance*)

Teori SCP merupakan suatu model untuk menghubungkan antara struktur pasar suatu industri dengan perilaku perusahaan serta kinerjanya. Dalam teori *Structure Conduct Performance* (SCP) dimana diyakini bahwa struktur pasar akan mempengaruhi kinerja suatu industri. Aliran teori ini didasarkan pada asumsi bahwa struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan industri secara agregat. Dari sudut pandang persaingan usaha, struktur pasar yang terkonsentrasi cenderung berpotensi untuk menimbulkan berbagai perilaku persaingan usaha yang tidak sehat dengan tujuan untuk memaksimalkan profit. Perusahaan bisa memaksimalkan profit karena adanya *market power* (penguasaan pasar), sesuatu yang lazim terjadi untuk perusahaan dengan pangsa pasar yang sangat dominan (*dominant position*).

2) Teori *Relative Efficiency* (RE)

Teori *Relative Efficiency* (RE) atau sering disebut dengan teori efisiensi merupakan suatu model yang menjelaskan bagaimana efisiensi operasional suatu perusahaan mampu mempengaruhi kinerja perusahaan serta pangsa pasarnya. Aliran teori ini bertentangan dengan asumsi teori SCP, dimana diyakini bahwa

efisiensi perusahaan dapat mengakibatkan marjin (kinerja) yang tinggi, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan demikian, struktur pasar tidak selalu mempengaruhi kinerja. Aliran teori RE mengkhawatirkan bahwa pengaturan yang terlalu ketat terhadap struktur pasar (seperti yang direkomendasikan teori aliran SCP) justru akan mengurangi insentif perusahaan untuk meningkatkan efisiensinya.

Jika melihat kedua teori tersebut, secara garis besar kedua teori tersebut saling bertentangan. Pada SCP meyakini bahwa pangsa pasar akan mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Di sisi lain teori efisiensi meyakini bahwa kinerja perusahaan akan mempengaruhi pangsa pasarnya.²¹

Teori pangsa pasar yang juga tidak kalah penting yaitu teori kekuatan pasar (*market power theory*). Tregenna dalam Setyawati, et al. (2015) mengemukakan teori kekuatan pasar di industri perbankan menyatakan bahwa kinerja bank dipengaruhi oleh struktur pasar industri. Ada dua pendekatan teori kekuatan pasar, yaitu struktur perilaku kinerja (*structure conduct performance*) dan kekuatan relatif pasar (*relative market power*). Pendekatan struktur perilaku kinerja menyatakan bahwa tingkat konsentrasi di industri perbankan memiliki potensi untuk membuat kekuatan pasar bank untuk meningkatkan profitabilitas. Bank-bank yang memiliki konsentrasi yang tinggi di pasar akan mendapatkan keuntungan yang abnormal karena kemampuannya dalam menentukan tingkat bunga yang lebih rendah dan menyediakan tingkat kredit bunga yang tinggi. Sedangkan pendekatan kekuatan relatif pasar menurut Setyawati, et. al. menyatakan bahwa kinerja bank dipengaruhi oleh pangsa pasar.²²

Market share merupakan indikator, kunci dari sebuah persaingan pasar. Perolehan market Share menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan meraih

²¹ Adi Stiawan, "Analisis Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah" (Tesis Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2009).

²² Irma Setyawati, *Determinan Pertumbuhan Total Aset Dengan Pendekatan variabel Spesifik Bank Dan Pangsa Pasar Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*, Mediastima Tahun XXI Nomor 2, Oktober 2015, h. 88

pasar terhadap para pesaingnya. *Market share* yang besar biasanya menandakan kekuasaan pasar yang besar, sebaliknya *market share* yang kecil maka perusahaan tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan.

c. Pengaruh Teori terhadap variabel

1) Hubungan Pangsa Pasar dan Kinerja Bank

Pangsa pasar menggambarkan struktur pasar yang relatif lebih baik dibandingkan dengan hanya melihat jumlah perusahaan yang bersaing di dalam sebuah industri selain itu pangsa pasar sering digunakan sebagai indikator proksi untuk melihat adanya kekuatan pasar dan menjadi indikator tentang seberapa pentingnya suatu perusahaan di dalam pasar.

Hipotesis umum mengungkapkan bahwa pangsa pasar merupakan sumber keuntungan bagi perusahaan dan adanya hubungan tiap pangsa pasar perusahaan dengan tingkat keuntungan (proksi kinerja). Keuntungan yang diperoleh dari pangsa pasar mencerminkan kekuatan pasar (karena perusahaan menggarap permintaan pasar). Hipotesis ini dibangun berdasarkan pada penelitian Chirwa (2001) menunjukkan bahwa liberalisasi keuangan secara positif signifikan telah meningkatkan sektor keuangan dan mobilisasi tabungan, peningkatan kredit kesektor manufaktur dan mengurangi kekuatan monopoli dalam sistem perbankan Malawi. Namun, suku bank rill telah jatuh, *margin intermediasi* telah meningkat, kredit untuk sektor publik telah meningkat dan sektor swasta telah jatuh. Dengan menggunakan hipotesis pangsa pasar, studi ini menemukan hubungan yang positif signifikan antara kekuatan monopoli dan profitabilitas bank komersial.

2) Hubungan Efisiensi dan Kinerja Bank

Efisiensi didefinisikan sebagai perbandingan antara keluaran (*Output*) dan masukan (*Input*). Suatu perusahaan dapat dikatakan efisien jika perusahaan tersebut dapat menghasilkan output yang lebih besar jika dibandingkan perusahaan lain dengan mempergunakan jumlah input yang sama. Atau menghasilkan jumlah output yang sama, tetapi jumlah input yang digunakan lebih sedikit dari perusahaan lain. Selain itu, Efisiensi juga dapat didefinisikan sebagai

perbandingan antara keluaran (*output*) dan masukan (*input*), atau jumlah keluaran yang dihasilkan dari satu input yang dipergunakan. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan, efisiensi adalah suatu perbandingan antara keluaran (*output*) dengan masukan (*input*).

Pandangan efisiensi memberikan interpretasi yang berbeda mengenai hubungan antara pangsa pasar dan konsentrasi sebagai struktur pasar yang dapat meningkatkan kinerja pasar. Pandangan ini mengatakan bahwa pangsa pasar dan konsentrasi bukan merupakan proksi dari kekuasaan pasar tetapi merupakan proksi dari efisiensi perusahaan, sehingga konsentrasi tinggi tidak identik dengan kolusi. Dimana perusahaan yang efisien akan bisa mendapatkan pangsa pasar yang besar, sehingga pada akhirnya struktur pasarnya juga akan cenderung terkonsentrasi. Menurut pemikiran ini, konsentrasi dan pangsa pasar sebenarnya adalah proksi dari efisiensi, yang akan mempengaruhi profitabilitas secara positif. Dimana perusahaan yang lebih efisien akan dapat meningkatkan pangsa pasarnya dengan melakukan penghematan biaya pengeluaran tanpa menaikkan tingkat harga dan pada akhirnya perusahaan yang efisien akan memimpin pasar dengan posisinya yang dominan dan pasar pun akan cenderung terkonsentrasi. Bank yang lebih efisien akan dapat memperoleh keuntungan lebih banyak.

Jadi, di dalam penelitian ini berdasarkan teori efisiensi, *market share* merupakan proksi dari efisiensi perusahaan yaitu bank syariah. Sementara variabel BOPO, FDR, DPK, ROA merupakan indikator keuangan perbankan yang merupakan proksi dari kinerja perusahaan yaitu bank syariah. Teori efisiensi meyakini bahwa kinerja perusahaan akan mempengaruhi pangsa pasarnya, dimana perusahaan yang efisien akan bisa mendapatkan *market share* yang besar.

d. Manfaat *Market Share*

Dengan mengetahui pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan di peroleh beberapa manfaat sebagai berikut:²³

²³ Eko Yulianto, "Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Perusahaan "X" (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya, 1991), h. 6.

- 1) Manfaat pertama dan utama adalah bahwa pangsa pasar yang tinggi merupakan kunci bagi laba usaha. Henderson – pendiri The Boston Consulting Group mengajukan konsep kurva pengalaman (*experience curve*) sebagai teori untuk menjelaskan hubungan antara pangsa pasar dan laba usaha. Menurut konsep kurva pengalaman ini, perusahaan atau produk atau merk yang mempunyai pangsa pasar yang tinggi akan beroperasi dengan biaya lebih rendah daripada perusahaan atau produk atau merk yang mempunyai pangsa pasar lebih rendah. Bila harga jual yang diterima oleh semua perusahaan atau produk atau merk adalah sama, maka jelaslah bahwa perusahaan atau produk atau merk dengan pangsa pasar lebih tinggi akan memperoleh laba usaha lebih besar.
- 2) Manfaat yang kedua adalah sebagai indikator posisi suatu perusahaan atau produk atau merk di pasar. Pangsa pasar menunjukkan hasil pertarungan berbagai perusahaan di pasar bebas, dan dapat digunakan sebagai alat diagnostik untuk mengkaji berbagai kebijakan dan strategi bisnis suatu perusahaan. Pangsa pasar yang tinggi menunjukkan ketepatangunaan kebijakan dan strategi, sebaliknya pangsa pasar yang rendah merupakan titik awal peninjauan kebijakan dan strategi.
- 3) Manfaat yang ketiga adalah sebagai alat pendorong (motivasi) bagi para manajer. Dengan mengetahui pangsa pasar perusahaannya, seorang manajer akan mempunyai dorongan untuk mempertahankan posisi perusahaannya (kalau pangsa pasarnya sudah tinggi) atau meningkatkannya bila pangsa pasarnya masih rendah.
- 4) Perusahaan yang tidak mempunyai pangsa pasar cukup berarti akan mengalami kesulitan untuk memperoleh tingkat distribusi dan ruang pajang yang berarti.

- 5) Perusahaan atau produk atau merk dengan pangsa pasar tertinggi cenderung mempertahankan dominasi pasar untuk jangka waktu cukup lama.

e. Indikator *Market Share*

Indikator *market share* dapat dibagi menjadi tiga kategori (Seyed Javadin & Ebrahimi 2010):²⁴

1) Indikator Berdasarkan Simpanan

Indikator berdasarkan simpanan menunjukkan *market share* melalui proporsi sistem bank lokal di pasar perbankan. Berarti, semakin banyak indikator, menunjukkan *market share* bank lebih tinggi di pasar uang. Karena pentingnya simpanan dalam evaluasi *market share bank*, maka dapat dievaluasi berdasarkan jumlah dan biaya. Menurut ahli perbankan, biaya dan jumlah simpanan signifikan dalam mempengaruhi *market share* bank. Nasabah dapat secara empiris mengevaluasi jumlah dan informasi statistik yang disediakan oleh bank dan dimuat di internet untuk mendapatkan informasi tentang jumlah dan biaya simpanan bank.

2) Indikator Kantor Cabang

Kantor cabang merupakan faktor yang efektif untuk titik kontak nasabah. Kantor cabang sebagai titik kontak memainkan peran penting dalam menangkap *market share*. Lebih banyak kantor cabang maka *market share* akan lebih baik bagi bank. Namun, harus dipertimbangkan bahwa jumlah kantor cabang tidak memiliki pengaruh pada kekuatan daya saing perbankan, karena harus ada hubungan linear langsung antara indikator ini dan indikator simpanan.

3) Indikator Layanan

Indikator ini menunjukkan *market share* layanan perbankan. Selain itu, indikator ini menunjukkan *market share* dari layanan simpanan perbankan. Dunia yang kompetitif saat ini tergantung pada meluasnya penggunaan *e-banking*, tujuan utama *e-banking* adalah menjawab kebutuhan masyarakat untuk layanan

²⁴ Erwin Saputra Siregar, “Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah Di Indonesia Studi Kasus pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Periode Januari 2012-September 2016” (Tesis Program Magister UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h. 23.

perbankan dan menghubungkan sistem bank sentral melalui sistem otomatisasi antar bank. Pengembangan layanan *e-banking* termasuk *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan jaringan ATM yang menunjukkan kualitas tinggi dari bank. Nasabah lebih suka terhadap bank yang mengutamakan kecepatan, keamanan, ketepatan, dan kemudahan penggunaan layanan perbankan. Nasabah tertarik dengan market share bank yang tinggi dan cabang yang terletak di pusat komersial, ATM di beberapa hotel, publik, dan perusahaan swasta.

f. Faktor yang mempengaruhi *Market Share*

Elemen dalam pemasaran produk meliputi produk, harga, distribusi dan motivasi karyawan, proses dan fasilitas fisik sebagai faktor tertentu yang terkait dengan pemasaran bank. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pangsa pasar dibagi menjadi dua yaitu:²⁵

- 1) Faktor kualitatif. Faktor ini berhubungan dengan pandangan, perasaan, dan pendapat dari nasabah.
- 2) Faktor kuantitatif. Faktor kuantitatif adalah hasil dari kinerja keuangan perbankan yang tercatat di rekening keuangan dan tidak berhubungan dengan pendapat nasabah atau karyawan.

g. Jenis – Jenis *Market Share*

Ada 4 ukuran dalam mendefinisikan dan mengukur pangsa pasar yang ada dalam suatu pasar, ukuran pangsa pasar tersebut antara lain :

- 1) Pangsa pasar keseluruhan. Pangsa pasar keseluruhan adalah penjualan suatu perusahaan yang penjualnya dinyatakan sebagai persentase dari penjualan pasar secara total atau secara keseluruhan dalam suatu industri, diperlukan 2 (dua) keputusan untuk menggunakan ukuran ini yaitu : apakah proses perhitungan pangsa pasar akan menggunakan perhitungan dalam unit penjualan atau dalam pendapatan penjualan (rupiah) untuk menyatakan pangsa pasar.

²⁵ Ibid, h.24.

- 2) Pangsa pasar yang dilayani. Pangsa pasar yang dilayani adalah presentase dari total penjualan terhadap pasar yang telah dilayani oleh suatu perusahaan, pasar yang dilayani adalah semua pembeli yang dapat dan ingin membeli produknya.
- 3) Pangsa pasar relatif (untuk 3 pesaing puncak) Pangsa pasar relatif jenis ini hanya menyatakan persentase penjualan suatu perusahaan dari penjualan gabungan 3 perusahaan pesaing terbesar dalam bidang yang sama.
- 4) Pangsa pasar relatif (terhadap pesaing pemimpin) Beberapa perusahaan melihat pangsa pasar mereka sebagai persentase dari penjualan pesaing pemimpin. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar lebih besar 100 % disebut sebagai pemimpin pasar, sementara Perusahaan yang memiliki pangsa pasar tepat 100 % berarti perusahaan tersebut memimpin pasar yang ada bersama-sama.

3. Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

a. Pengertian Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara biaya operasional terhadap pendapatan operasional suatu perusahaan. Rasio BOPO menjadi salah satu indikator dalam rasio keuangan yang diutamakan bagi sektor perbankan karena merupakan sebagai salah satu penentu tingkat kesehatan bank.²⁶

Rasio biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) sering disebut rasio efisiensi, digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional. Pengendalian biaya operasional juga akan mengakibatkan pertumbuhan *market share* bank syariah. Bila dikaji, sebuah pengendalian akan berimbas kepada peningkatan usaha. Untuk itu, apabila pengendalian penggunaan biaya operasional dapat dikendalikan oleh bank syariah, maka *market share* bank syariah diprediksi

²⁶ Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 120

akan meningkat. Sebab, di dalam pengendalian akan mengatur tentang apa saja yang berhubungan dengan peningkatan perusahaan.²⁷

BOPO dinilai dengan kriteria menurut peringkat, dimana peringkat 1 (satu) merupakan penilaian dengan kriteria terbaik yaitu dengan nilai BOPO dibawah atau sama dengan 83%. BOPO tergolong dalam kriteria Peringkat 2 (dua) ketika BOPO berada diantara diatas 83% hingga 85%. Peringkat 3 (tiga) jika BOPO berkisar antara diatas 85% hingga 87%. Kriteria penilaian peringkat 4 (empat) jika BOPO berada diantara diatas 87% hingga 89%. Sedangkan peringkat terakhir yang merupakan peringkat terburuk bila BOPO berada diatas 89%.²⁸

Rasio BOPO dapat dirumuskan berdasarkan ketentuan Bank Indonesia sebagai berikut:

$$BOPO = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

b. Hubungan antara BOPO dengan *Market Share*

Pengendalian biaya operasional dapat mengakibatkan pertumbuhan *market share* bank syariah. Bila dikaji, sebuah pengendalian akan berimbas kepada kepeningkatan usaha. Untuk itu, apabila pengendalian penggunaan biaya operasional dapat dikendalikan oleh bank syariah, maka *market share* bank syariah diprediksi akan meningkat. Sebab, di dalam pengendalian akan mengatur tentang apa saja yang berhubungan dengan peningkatan perusahaan.²⁹

Jadi BOPO memberikan pengaruh negatif terhadap *market share*. Apabila BOPO mengalami penurunan maka bank tersebut dinyatakan efisien dalam hal operasionalnya dan sebaliknya, apabila BOPO mengalami peningkatan maka bank

²⁷ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, hal. 291-314

²⁸ Surat Edaran No. 9/24/DPbS Perihal Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah, Lampiran 1c

²⁹ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, hal. 291-314

tersebut dinyatakan tidak efisien. Sehingga mengakibatkan bank meningkatkan nisbah, margin, atau bagi hasil untuk meningkatkan pendapatannya dan akan menimbulkan resiko yang dapat mengurangi *market share* bank syariah.³⁰

Semakin tinggi tingkat rasio BOPO suatu bank mencerminkan semakin rendah efisiensi bank tersebut akibat dari beban operasional yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pendapatan operasionalnya. Hal seperti itu menunjukkan kinerja bank yang kurang baik, akibatnya dapat berpengaruh terhadap profitabilitas serta *market share* suatu bank tersebut yang semakin rendah.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bambang Saputra tahun 2014 menyatakan BOPO berpengaruh negatif signifikan terhadap *market share*.

4. *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

a. Pengertian *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

Financing to deposit ratio (FDR) adalah rasio antara seluruh jumlah pembiayaan yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh bank.³¹

Financing to deposit Ratio (disingkat FDR) adalah perbandingan antara pembiayaan yang diberikan oleh bank dengan dana pihak ketiga yang berhasil dikerahkan oleh bank. Berdasarkan ketentuan yang tertuang dalam surat Edaran Bank Indonesia No. 26/5/BPPP tanggal 29 mei 1993, besarnya loan to deposit ratio ditetapkan oleh Bank Indonesia tidak boleh melebihi 110%. Dengan ketentuan itu berarti bank boleh memberikan kredit atau pembiayaan melebihi jumlah dana pihak ketiga asalkan tidak melebihi 110%.³²

Menurut Veithzal, *Financing to Deposit Ratio* (FDR) menyatakan seberapa jauh kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang

³⁰ Bambang Saputra, *Faktor Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII No. 2, Agustus 2014, h. 123-131

³¹ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 116.

³² Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan islam dan kedudukannya dalam tata hukum perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka utama Grafiti, 1999), h. 177.

dilakukan masyarakat dengan mengandalkan pembiayaan yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya.³³ Artinya seberapa jauh pemberian pembiayaan kepada nasabah pembiayaan dapat mengimbangi kewajiban bank untuk dapat segera memenuhi permintaan deposan yang ingin menarik kembali dananya yang telah digunakan oleh bank untuk memberikan pembiayaan. *Financing to deposit ratio* (FDR) disebut juga rasio pembiayaan terhadap total dana pihak ketiga yang digunakan untuk mengukur dana pihak ketiga yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan. Total pembiayaan yang dimaksud adalah pembiayaan yang diberikan kepada pihak ketiga (tidak termasuk pembiayaan kepada bank lain). Dana pihak ketiga yang dimaksud yaitu antara lain giro, tabungan dan deposito (tidak termasuk antar bank).

Financing to Deposit Ratio (FDR) merupakan indikator likuiditas bank dimana diukur dengan membandingkan total pembiayaan yang disalurkan dengan total dana simpanan masyarakat yang dihimpun. Rasio ini disebut juga dengan banking rasio. Rasio ini menyatakan seberapa jauh kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan deposan dengan mengandalkan kredit/pembiayaan yang diberikan sebagai likuiditasnya. Semakin tinggi rasio maka semakin rendah kemampuan bank yang bersangkutan. Hal ini disebabkan karena jumlah dana yang diperlukan untuk pembiayaan menjadi lebih besar. Data yang digunakan biasanya dalam bentuk persentase.³⁴

Standar yang digunakan Bank Indonesia untuk rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) adalah 80% hingga 110%. Jika angka rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) suatu bank berada pada angka dibawah 80 (misalkan 60%), maka dapat disimpulkan bahwa bank tersebut hanya dapat menyalurkan sebesar 60% dari seluruh dana yang berhasil dihimpun. Karena fungsi utama dari bank adalah

³³ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal (ed) *Credit Management Handbook : Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi Panduan Praktis Mahasiswa, Bankir, dan Nasabah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).h. 156.

³⁴ Nurani Purboastuti, et. al., *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, JEJAK Journal Of Economics and Policy, Jejak Vol. 8, No. 1, 2015, h. 13-22.

sebagai intermediasi (perantara) antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, maka dengan rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) 60% berarti 40% dari seluruh dana yang dihimpun tidak tersalurkan kepada pihak yang membutuhkan, sehingga dapat dikatakan bahwa bank tersebut tidak menjalankan fungsinya dengan baik.

Kemudian jika rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) bank mencapai lebih dari 110%, berarti total pembiayaan yang diberikan bank tersebut melebihi dana yang dihimpun. Oleh karena dana yang dihimpun dari masyarakat sedikit, maka bank dalam hal ini juga dapat dikatakan tidak menjalankan fungsinya sebagai pihak intermediasi (perantara) dengan baik.

Semakin tinggi *Financing to Deposit Ratio* (FDR) menunjukkan semakin riskan kondisi likuiditas bank, sebaliknya semakin rendah *Financing to Deposit Ratio* (FDR) menunjukkan kurangnya efektifitas bank dalam menyalurkan pembiayaan. Jika rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) bank berada pada standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, maka laba yang diperoleh oleh bank tersebut akan meningkat (dengan asumsi bank tersebut mampu menyalurkan pembiayaannya dengan efektif).

Rasio FDR dirumuskan sebagai berikut.³⁵

$$FDR = \frac{\text{Jumlah Dana yang diberikan}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

b. Hubungan antara FDR dengan *Market Share*

Financing to Deposit Ratio (FDR) secara sederhana merupakan rasio yang mengukur seberapa besar presentase dari asset yang dimiliki oleh bank syariah yang digunakan untuk penyaluran dana melalui pembiayaan.

Rasio ini mampu menunjukkan kemampuan perbankan menghubungkan depositan dengan debitur, sehingga semakin tinggi nilai FDR maka akan

³⁵ Suryani, *Analisis Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah DI Indonesia*, economica, Volume II / Edisi 2/ Nopember 2012, h. 159

menyebabkan nilai pembiayaan menjadi naik, dengan begitu akan menaikkan *market share* bank syariah. Semakin tinggi FDR maka akan semakin tinggi *market share*, dengan asumsi bank menyalurkan dananya untuk pembiayaan yang efektif.³⁶

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bambang Saputra tahun 2014 dan Virawan tahun 2017 menyimpulkan bahwa FDR mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah.

5. Dana Pihak Ketiga (DPK)

a. Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)

DPK merupakan sumber dana yang berasal dari masyarakat. DPK diduga dapat ditingkatkan dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya : semakin banyaknya jaringan kantor yang lebih terjangkau nasabah, dan promosi. Dana masyarakat yang dihimpun di dalam DPK merupakan simpanan pihak ketiga bukan bank yang terdiri dari Giro, Tabungan, dan Simpanan Berjangka. Jumlah DPK yang berhasil terhimpun menentukan besarnya pangsa perbankan syariah terhadap perbankan nasional. Data yang digunakan DPK yaitu dalam bentuk Rupiah.³⁷

Menurut Kasmir, dana pihak ketiga adalah dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat, yang terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito.³⁸

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.10/19/PBI/2008 menjelaskan dana pihak ketiga adalah kewajiban bank kepada penduduk dalam rupiah dan valuta asing. Dalam Pasal 1 Nomor 20 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 disebutkan

³⁶ Bambang Saputra, *Faktor Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII No. 2, Agustus 2014, h. 123-131

³⁷ Nurani Purboastuti dkk, *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, JEJAK Journal Of Economics and Policy, Jejak Vol. 8, No. 1, 2015, h. 13-22

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 64.

bahwa simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Syariah dan/atau unit usaha syariah berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dalam bentuk giro, tabungan, dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.³⁹

Dana dari masyarakat atau Dana Pihak Ketiga terdiri giro, tabungan, dan deposito. Adapun dana pihak ketiga terdiri dari :

1) Giro (*demand deposit*)

Pengertian simpanan giro merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Artinya adalah bahwa uang yang disimpan di rekening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan, misalnya waktu jam kantor, keabsahan dan kesempurnaan cek, serta saldonya yang tersedia. Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan, yaitu cek dan bilyet giro. Apabila penarikan dilakukan secara tunai, maka sarana penarikannya dengan menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan non tunai adalah dengan menggunakan bilyet giro.⁴⁰

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

2) Tabungan (*saving*)

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan

³⁹ Pasal 1 Nomor 20 UU No. 21 Tahun 2008, www.ojk.go.id. Diunduh pada tanggal 14 April 2020

⁴⁰ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), h. 77.

prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang sama dengan itu.⁴¹

Menurut Pasal 1 angka 21 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴²

3) Deposito (*TimeDeposit*)

Dalam pasal 1 angka 22 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008. Deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan Akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara Nasabah Penyimpan dan Bank Syariah dan UUS.

Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.⁴³

Dana Pihak Ketiga pada penelitian ini secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DPK = Giro + Tabungan + Deposito$$

⁴¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 55.

⁴² Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008, www.ojk.go.id. Diunduh pada tanggal 14 April 2020

⁴³ Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta : Sinar Grafika, Cet 4, 2000), h. 90.

b. Hubungan antara DPK dengan *Market Share*

Dana Pihak Ketiga merupakan sumber dana paling besar yang diandalkan bank dalam rangka menjalankan kegiatan usahanya yang pastinya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin besar sumber dana yang terkumpul maka bank akan menyalurkan pembiayaan semakin besar. Hal tersebut dikarenakan salah satu tujuan bank adalah mendapatkan profit, sehingga bank tidak akan menganggurkan dananya begitu saja, Bank cenderung untuk menyalurkan dananya semaksimal mungkin. Apabila dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank meningkat maka penyaluran kredit di masyarakat akan meningkat, sehingga keberhasilan dana pihak ketiga dalam menghimpun dana dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan tersebut mampu meningkatkan *market share* bank syariah.

Dengan kata lain semakin banyak dana pihak ketiga yang dihimpun maka semakin banyak pula dana yang digulirkan bank melalui pembiayaan. Sehingga bank memperoleh keuntungan dari penyaluran tersebut yang berakibat pada meningkatnya pangsa pasar bank bersangkutan. Semakin tinggi tingkat Dana Pihak Ketiga maka akan semakin meningkat posisi *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurani Purboastuti tahun 2014 menyimpulkan bahwa DPK mempunyai pengaruh positif terhadap *market share* bank syariah yang berarti ketika dana pihak ketiga mengalami peningkatan, maka *market share* juga akan mengalami peningkatan.

6. Return On Asset (ROA)

a. Pengertian Return On Asset (ROA)

Rasio rentabilitas sering disebut profitabilitas usaha. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan profitabilitas yang dicapai oleh bank yang bersangkutan.⁴⁴

⁴⁴ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 234.

Pengukuran analisis rasio profitabilitas salah satunya dapat menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Menurut Dendawijaya, alasan penggunaan *Return on Assets* (ROA) dikarenakan Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar berasal dari masyarakat. *Return on Assets* (ROA) penting bagi bank karena *Return on Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.⁴⁵

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan. ROA menggambarkan produktivitas bank dalam mengelola dana untuk menghasilkan laba secara keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets* (ROA), semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari sisi penggunaan asset.⁴⁶ Sebaliknya, semakin kecil ROA, semakin kecil pula tingkat keuntungan yang dicapai bank dan menunjukkan kurangnya kemampuan manajemen bank dalam hal mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:⁴⁷

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata - rata total aktiva}} \times 100\%$$

ROA bertujuan mengukur keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba. Semakin kecil rasio ini mengindikasikan kurangnya kemampuan manajemen bank dalam hal mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan dan atau menekan biaya. ROA terbaik Bank Umum Syariah adalah diatas 1,55% yang dalam penilaian mendapat kriteria penilaian peringkat 1 (satu). Peringkat 2 (dua)

⁴⁵ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*. Edisi Kedua, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005) h. 119.

⁴⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 179.

⁴⁷ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 52.

ROA berada diantara diatas 1,25% hingga 1,5%. ROA peringkat 3 (tiga) jika ROA berada diantara 0,5% hingga 1,25%. Peringkat 4 (empat) bila ROA berkisar 0% hingga 0,5% dan Peringkat 5 (lima) bila ROA berada dibawah 0%.⁴⁸

b. Hubungan antara ROA dengan *Market Share*

Rasio *Return on Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur profitabilitas bank karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar dari dana simpanan masyarakat. Semakin besar rasio ini menunjukkan tingkat rentabilitas usaha bank semakin baik dan sehat.

Stabil dan sehatnya rasio ROA mencerminkan stabilnya jumlah modal dan laba bank. Apabila profitabilitas suatu bank tersebut memiliki peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan mempercayakan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya, oleh karena itu semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik kinerja dan posisi market share bank tersebut.

Menurut Kasmir, semakin besar ROA pada suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari sisi penggunaan aset. Semakin efisien penggunaan aset bank, maka profit (laba) bank akan meningkat yang mengakibatkan *market share* bank juga meningkat.⁴⁹

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra tahun 2014 dan Nurani Purboastuti tahun 2015 menyimpulkan bahwa ROA mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *market share* bank syariah.

⁴⁸ Surat Edaran No. 9/24/DPbS Perihal Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah, Lampiran 1c

⁴⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 179.

7. Kinerja Keuangan Bank Syariah

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan bank merupakan bagian dari keseluruhan kinerja bank. Kinerja (*Performance*) bank secara menyeluruh adalah gambaran dari pencapaian bank dalam operasionalnya, baik menyangkut aspek keuangan, pemasaran, penghimpunan dan penyaluran dana, teknologi maupun sumber daya manusia.⁵⁰

Menurut Rudianto, Kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan.⁵¹

Proses untuk mengevaluasi kinerja dapat dilakukan pada berbagai bidang pekerjaan, baik itu dalam bidang organisasi *non-profit* maupun organisasi *profit*. Penilaian kerja merupakan suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu tercapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih antara keduanya dalam melakukan evaluasi terhadap perbedaan tersebut.

b. Tujuan Kinerja Keuangan Bank

Berkaitan dengan analisis kinerja keuangan bank mengandung beberapa tujuan sebagai berikut:⁵²

- 1) Untuk mengetahui keberhasilan pengelolaan keuangan bank terutama kondisi likuiditas, kecukupan modal dan profitabilitas yang dicapai dalam tahun berjalan maupun tahun sebelumnya.

⁵⁰ Faisal Abdullah, *Manajemen Perbankan (Teknik Analisis Kinerja Keuangan Bank)*, (Malang, UMM Press, 2003), h. 108.

⁵¹ Fitriyani, Nurdin, *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kinerja Keuangan dan Aspek Teknologi terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017*, Prosiding Manajemen, Vol. 4, No. 2, 2018

⁵² Faisal, Abdullah, *Manajemen Perbankan (Teknik Analisis Kinerja Keuangan Bank)*, (Malang, UMM Press, 2003), h. 109.

- 2) Untuk mengetahui kemampuan bank dalam mendayagunakan semua asset yang dimiliki dalam menghasilkan profit secara efisien.

Dalam industri perbankan, tingkat kinerja suatu bank dapat diukur menggunakan analisis rasio keuangan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Rasio adalah perbandingan antara berbagai gejala yang dapat dinyatakan dengan angka.

Menurut Kasmir, hasil rasio keuangan akan digunakan untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode apakah mencapai target seperti yang telah ditetapkan.⁵³

Manajemen adalah faktor utama yang mempengaruhi profitabilitas bank. Seluruh manajemen bank, baik yang mencakup manajemen permodalan, manajemen kualitas aktiva, manajemen umumn, manajemen likuiditas, dan rentabilitas pada akhirnya akan mempengaruhi dan bermuara pada perolehan laba (profitabilitas) pada perusahaan. Demikian juga kinerja manajemen bank syariah yang mencakup manajemen permodalan, likuiditas, efisiensi, aktiva produktif, dan rentabilitas pada akhirnya akan mempengaruhi efektifitas dan efisiensi suatu bank yang dinyatakan dengan market share.⁵⁴

c. Kinerja Keuangan Bank Menurut Perspektif Islam

Pengertian kinerja keuangan bank dalam pandangan islam memiliki makna tersendiri yang berdasarkan pedoman hidup umat Islam. Islam mencakup semua aspek kehidupan manusia, sehingga dalam aktivitasnya kehidupan individu dan masyarakat memerlukan kepatuhan terhadap syariat Islam yang bersumber dari Al-Quran dan As-sunnah. Munculnya berbagai lembaga perekonomian syariah memerlukan informasi akuntansi yang juga berkarakter syariah dengan mengimplementasikan konsep dan praktiknya sesuai dengan ketentuan syariah.

⁵³ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 104.


⁵⁴ Bambang Saputra, *Faktor Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII No. 2, Agustus 2014, h. 123-131

Perlunya akuntansi syariah dalam hal ini mengenai laporan keuangan perbankan dalam merespon perkembangan lembaga keuangan syariah yang terdapat perbedaan dari lembaga keuangan konvensional.

Dalam hal ini umat Islam diharuskan untuk tidak meninggalkan pedoman hidupnya yaitu Al-Quran dan As-sunnah. Perlu disadari dan dipahami bahwasannya firman Allah SWT dalam al Quran surah Al-Baqarah [2]:282 yang menjadi rujukan penting dalam setiap kegiatan muamalah termasuk akuntansi syariah khususnya dalam hal laporan keuangan perbankan syariah.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ
 فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ
 كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ
 بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ
 وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا
 الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْعَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا
 إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ
 تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ

وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ

55  وَيَتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمَكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

Dari ayat ini dapat disimpulkan bahwa Allah telah mengajarkan kepada umat manusia untuk melakukan kegiatan (transaksi). Kegiatan pencatatan ini pada

⁵⁵ Quran in word, Surah Al-Baqarah [2]:282

masa sekarang tidak lain adalah kegiatan jurnal dalam siklus akuntansi yang meliputi transaksi sampai dengan pelaporan keuangan yang dilakukan dalam perbankan syariah maupun lembaga keuangan lainnya. Sebagai umat muslim merupakan suatu kewajiban untuk menjadikan Al-Quran sebagai pedoman dalam kegiatan bermuamalah. Mengingat dalam ayat ini adalah ayat terpanjang didalam Al-Quran.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian dalam skripsi ini merupakan tindak lanjut dari penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait, dan dapat berfungsi sebagai pengembangan, penyempurnaan, ataupun penegasan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut di antaranya adalah Aulia Rahman tahun 2016.⁵⁶ Fitriyani, Nurdin tahun 2018.⁵⁷ Bambang Saputra tahun 2014.⁵⁸ Nurani Purboastuti dkk. Tahun 2015.⁵⁹

Hasil dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 2.1 dibawah ini.

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian

⁵⁶ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, h. 291-314

⁵⁷ Fitriyani, Nurdin, *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kinerja Keuangan dan Aspek Teknologi terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017*, *Prosiding Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 2018

⁵⁸ Bambang Saputra, *Faktor-Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, *Akuntabilitas*, Vol. VII, No. 2, Agustus 2014

⁵⁹ Nurani Purboastuti, et. al., *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, *JEJAK Journal Of Economics and Policy*, Vol. 8, No. 1, h. 13-22

1.	Aulia Rahman, (2016), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Market Share Bank Syariah</i>	Variabel bebas: NPF, BOPO, CAR, SBIS. Variabel Terikat: <i>Market Share Bank Syariah</i> .	Metode analisa kuantitatif dengan menggunakan model VAR. Sampel Bank Syariah bulan Januari 2010 sampai Desember 2015.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka pendek atau periode awal pengamatan BOPO memiliki pengaruh yang paling dominan. Sedangkan dalam jangka panjang atau periode akhir pengamatan NPF memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap <i>Market Share Bank Syariah</i> dibandingkan variabel lain yakni sebesar 29,02%. Variabel SBI memiliki pengaruh sebesar 15,68% dan CAR memiliki pengaruh terhadap <i>Market Share bank syariah</i> sebesar 2,97% di akhir periode pengamatan.
2.	Fitriyani, Nurdin (2018), Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kinerja Keuangan	Variabel bebas: BOPO, ROA, NPF, Electronic Banking. Variabel terikat:	Metode analisa kuantitatif Analisis Linear Berganda	Variabel electronic banking secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap market share. Variabel biaya operasional pendapatan operasional (BOPO),

	dan Aspek Teknologi terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017	<i>Market Share</i>		return on asset (ROA), non performing finance (NPF), dan electronic banking secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>market share</i> .
3.	Bambang Saputra, (2014), Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi <i>Market Share</i> Perbankan Syariah Di Indonesia	Varibael bebas: ROA, CAR, FDR, NPF, REO. Variabel terikat: <i>Market Share</i> (Pangsa Pasar)	Metode analisis regresi, dengan model umum.	Variabel ROA berpengaruh signifikan positif (0,866) terhadap <i>Market Share</i> . Variabel CAR berpengaruh signifikan positif (0,077) terhadap <i>Market Share</i> . Variabel FDR berpengaruh signifikan positif (0,039) terhadap <i>Market Share</i> . Variabel NPF berpengaruh signifikan negatif (-0,673) terhadap <i>Market Share</i> . Variabel REO berpengaruh signifikan negatif (-0,095) terhadap <i>Market Share</i> .

4.	Nurani Purboastuti, Nurul Anwar, Irma Suryahani, (2015),	Variabel bebas: DPK, ROA, NPF, FDR, Nisbah. Variabel terikat: Pangsa pasar	Metode analisis data sekunder.	indikator DPK, ROA, NPF, FDR dan Nisbah secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia selama periode penelitian. Variabel DPK dan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Variabel NPF dan Nisbah berpengaruh negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Variabel FDR berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. .
----	---	--	--------------------------------------	--

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah adanya beberapa variabel yang sama yang digunakan dalam penelitian.

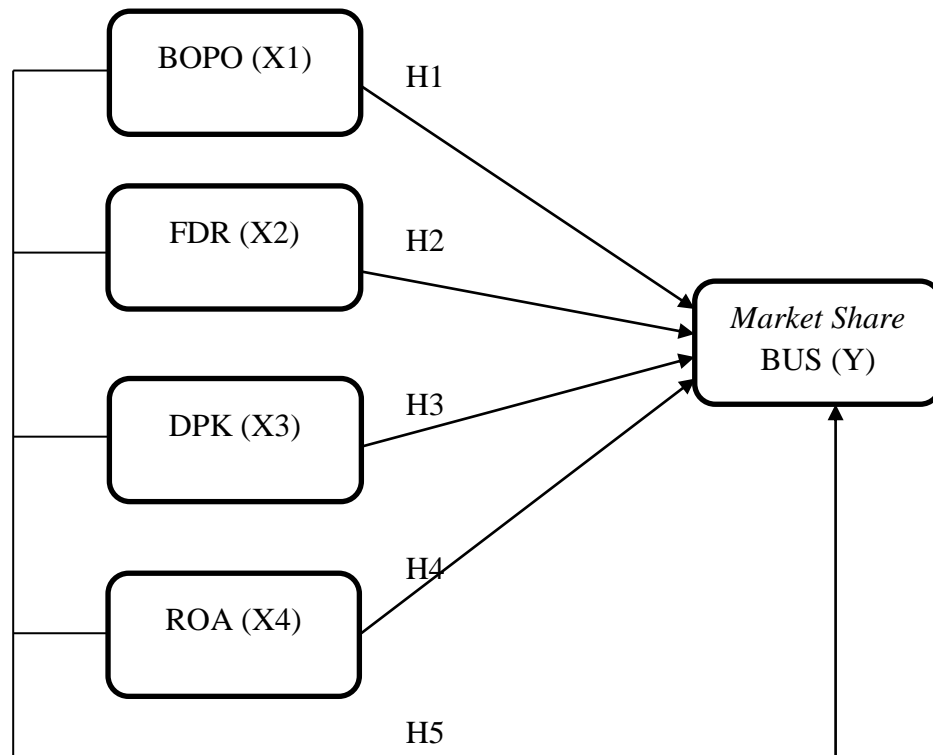
2. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu terletak pada objek penelitian dan periode waktu penelitian. Pada penelitian ini penulis berfokus pada objek penelitian yaitu Bank Umum Syariah (BUS) yang mempublikasikan laporan tahunan (annual report) yang ada di Indonesia. Dari laporan tahunan (annual report) tersebut, kemudian peneliti menganalisa, meneliti, dan melakukan uji terhadap variabel terkait dengan menggunakan data dari laporan tahunan (annual report) BUS guna mengetahui apakah variabel-variabel terkait pada penelitian ini berpengaruh atau tidak terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah (BUS).
3. Periode waktu yang digunakan pada penelitian ini tentunya berbeda dengan penelitian terdahulu. Periode waktu pada penelitian ini yaitu mulai dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2019.

C. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang menjadi acuan penelitian.⁶⁰ Berdasarkan teori yang dikemukakan di atas, maka kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada gambar 2.1 sebagai berikut:

⁶⁰ Azhari Akmal Tarigan, et.al., *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, (Medan: FEBI Press, 2015), h. 18.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



D. Hipotesa Penelitian

Hipotesa adalah jawaban sementara atas penelitian yang masih mengandung kemungkinan benar atau salah.⁶¹ Berdasarkan kerangka teoritis di atas, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Ho1 : Biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.

Ha1 : Biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.

⁶¹ Ibid, h. 18.

2. Ho2 : *Financing to Deposit Ratio* (FDR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
Ha2 : *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
3. Ho3 : Dana Pihak Ketiga (DPK) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
Ha3 : Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
4. Ho4 : Return on Asset (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
Ha4 : Return on Asset (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
5. Ho5 : BOPO, FDR, DPK, ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.
Ha5 : BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menekankan pada pengujian teori-teori atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statis dan permodelan sistematis. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena social.⁶²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara tidak langsung pada Bank Umum Syariah (BUS) yang ada di Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang mengacu pada variabel dan periode waktu yang telah ditentukan oleh peneliti pada website resmi dari masing-masing Bank Umum Syariah.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, penulis tinggal memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya.⁶³

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan website Bank Umum Syariah (BUS) yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang ada di Indonesia selama tahun 2013 hingga 2019.

⁶² Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 7.

⁶³ Azhari akmal Tarigan, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan : La-Tansa Press, 2011), h. 47.

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian.⁶⁴

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau Bank Indonesia (BI) yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) pada masing-masing website resmi. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah per Februari 2020, jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia ada 14 BUS dan dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No.	Bank Umum Syariah (BUS)
1.	PT. Bank BRI Syariah
2.	PT. Bank BTPN Syariah
3.	PT. Bank BCA Syariah
4.	PT. Bank Victoria Syariah
5.	PT. Bank Panin Dubai Syariah
6.	PT. Bank Mega Syariah
7.	PT. Bank Syariah Bukopin
8.	PT. Bank Syariah Mandiri

⁶⁴ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 31.

9.	PT. Bank Muamalat Indonesia
10.	PT. Bank BNI Syariah
11.	PT. Maybank Syariah
12.	PT. Bank BJB Syariah
13.	PT. Bank Aceh Syariah
14.	PT. Bank BPD NTB Syariah

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Februari 2020 www.ojk.go.id

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁶⁵

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*Annual Report*) dari masing-masing Bank Umum Syariah (BUS) dan mempunyai data yang lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini pada periode 2013-2019.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁶⁶

Pertimbangan atau kriteria Bank Umum Syariah (BUS) yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Bank Umum Syariah (BUS) yang telah menerbitkan laporan keuangan tahunan (*annual report*) yaitu mulai tahun 2013 sampai dengan 2019 dan telah dipublikasikan baik di situs resmi masing masing BUS maupun pada situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau Bank Indonesia (BI).

⁶⁵ Ibid., h. 34.

⁶⁶ Ibid., h. 40.

3. Bank Umum Syariah (BUS) yang menampilkan informasi atau data yang dibutuhkan untuk penelitian selama periode tahun 2013 – 2019.

Berdasarkan kriteria-kriteria di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10. Keterangan mengenai proses pengambilan sampel dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah Bank
1.	Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) dan atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	14
2.	Bank Umum Syariah yang tidak menampilkan informasi dan data dari laporan tahunan (<i>annual report</i>) yang dibutuhkan untuk penelitian mulai tahun 2013 sampai dengan 2019	(4)
3.	Bank Umum Syariah yang telah menerbitkan laporan tahunan (<i>annual report</i>) serta menampilkan informasi dan data yang dibutuhkan untuk penelitian mulai tahun 2013 sampai dengan 2019	10
4.	Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria untuk datanya dijadikan sampel penelitian	10
	Jumlah data sampel yang diobservasi = jumlah BUS × jumlah periode penelitian	$10 \times 7 = 70$

Sumber: situs resmi OJK dan masing-masing BUS

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah data BOPO, FDR, DPK, ROA, dan *Market Share* dari 10 Bank Umum Syariah di atas yang diperoleh dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan masing-masing BUS.

E. Definisi Operasional Variable

1. Variabel Dependent

Dalam penelitian ini variabel dependent nya adalah *Market Share* Bank Umum Syariah periode 2013-2019. Menurut Sofian Assauri pengertian Market share atau pangsa pasar adalah suatu analisis untuk mempelajari besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam prosentase yang disebut dengan istilah *market share*.⁶⁷ *Market Share* atau pangsa pasar didefinisikan sebagai persentase perbandingan antara total aset dari Bank Umum Syariah industri terhadap total aset seluruh Industri perbankan syariah. Perhitungan *market share* mengikuti rumus sebagai berikut:⁶⁸

$$MS = \frac{\text{Total Aset BUS } i}{\text{Total Aset Seluruh Industri Perbankan Syariah}} \times 100\%$$

2. Variabel Variabel Independent

a. Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara biaya operasional terhadap pendapatan operasional suatu perusahaan. Rasio BOPO menjadi salah satu indikator dalam rasio keuangan yang diutamakan bagi sektor perbankan karena merupakan sebagai salah satu penentu tingkat kesehatan bank.⁶⁹ Rasio BOPO dapat dirumuskan berdasarkan ketentuan Bank Indonesia sebagai berikut:

$$BOPO = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

⁶⁷ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, Cet 3, 2000) hal. 95.

⁶⁸ Siti Yuhanah, *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia*, Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 6 (1), April 2016 P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN: 2461-1182, h. 125 – 138

⁶⁹ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 120.

b. *Financing to Deposit Ratio (FDR)*

Financing to deposit ratio (FDR) adalah rasio antara seluruh jumlah pembiayaan yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh bank.⁷⁰ Berdasarkan ketentuan yang tertuang dalam surat Edaran Bank Indonesia No. 26/5/BPPP tanggal 29 Mei 1993, besarnya *loan to deposit ratio* ditetapkan oleh Bank Indonesia tidak boleh melebihi 110%. Dengan ketentuan itu berarti bank boleh memberikan kredit atau pembiayaan melebihi jumlah dana pihak ketiga asalkan tidak melebihi 110%.⁷¹ Rasio FDR dirumuskan sebagai berikut:⁷²

$$FDR = \frac{\text{Jumlah Dana yang diberikan}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

c. Dana pihak ketiga (DPK)

Menurut Kasmir, dana pihak ketiga adalah dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat, yang terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito.⁷³ Dana Pihak Ketiga pada penelitian ini secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DPK = \text{Giro} + \text{Tabungan} + \text{Deposito}$$

d. *Return On Asset (ROA)*

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan. ROA menggambarkan produktivitas bank dalam mengelola dana untuk menghasilkan laba secara keseluruhan. Semakin besar

⁷⁰ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 116.

⁷¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan kedudukannya dalam tata hukum perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999), h. 177.

⁷² Suryani, *Analisis Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah DI Indonesia*, *economica*, Volume II / Edisi 2/ Nopember 2012

⁷³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 64.

Return On Assets (ROA), semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari sisi penggunaan asset. Sebaliknya, semakin kecil ROA, semakin kecil pula tingkat yang dicapai bank dan menunjukkan kurangnya kemampuan manajemen bank dalam hal mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:⁷⁴

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata – rata total aktiva}} \times 100\%$$

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁷⁵

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik dokumentasi. Dokumentasi berkaitan dengan suatu kegiatan khusus berupa pengumpulan, penyimpanan, penyebarluasan suatu informasi. Dokumentasi adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan photo, dan penyimpanan photo. Pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Kumpulan bahan atau dokumen yang dapat digunakan sebagai asas bagi sesuatu kejadian, penghasilan sesuatu terbitan.⁷⁶

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, data tersebut diperoleh langsung dari laporan tahunan (*annual report*) masing-masing Bank Umum Syariah (BUS) dan juga data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

⁷⁴ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 52.

⁷⁵ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 51.

⁷⁶ Ibid, h. 56.

G. Analisis Data

Dalam penelitian analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul, dan di kelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan statistik. Statistik yang di gunakan untuk menganalisis data ada dua macam yaitu, statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Analisis data dibentuk dari kata analisis dan data. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dalam sebab-musabab atau duduk perkaranya. Data ialah keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian analisis atau kesimpulan. Analisis data yaitu suatu kegiatan penyelidikan terhadap suatu peristiwa dengan berdasar pada data nyata agar dapat mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dalam rangka memecahkan permasalahan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang valid dan ilmiah.⁷⁷ Ada beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Statistik Deskriptif

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknnik analisis data statistik deskriptif. Yang termasuk dalam teknik analisa data statistik deskriptif diantaranya seperti penyajian data kedalam bentuk grafik, tabel, presentase, frekwensi, diagram, grafik, mean, modus, dll.⁷⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah model regresi yang menghasilkan estimasi linier tidak bias (*Best Linier Unbias Estimator/ BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi, yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi-asumsi dasar tersebut mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

⁷⁷ Ibid., h. 77.

⁷⁸ Ibid., h. 79.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametric (*statistic inferensial*). Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut mendekati rata – ratanya. Untuk mendekati apakah variabel residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisi grafik. Sedangkan normalitas sesuai variabel umumnya dideteksi dengan grafik atau uji statistic non-parametik kolmogrof-smirnof (K-S). suatu variabel dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikasinya $>0,05$ maka terjadi distribusi normal.

Metode grafik dapat dilakukan dengan melihat grafik normal *probability plot*. Grafik normal *probability plot* akan membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model tidak memnuhi asumsi normalitas.⁷⁹

b. Uji Multikolienaritas

Uji multikol di gunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance adalah:

- 1) Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

⁷⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2013), h. 160.

Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Vector*) adalah :

- 1) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.⁸⁰

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah yang timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada runtun waktu (time series). Adapun pengujiannya dapat dilakukan dengan Uji Durbin-Watson (DW test) dengan ketentuan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variable lagi diantara variable independen.⁸¹ Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan metode Durbin Watson test adalah sebagai berikut:

- 1) Angka DW dibawah -2 ($DW < -2$) berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka DW diantara -2 sampai +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$ berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka DW diatas +2 atau $DW > +2$ berarti ada autokorelasi negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan yang menunjukkan faktor pengganggu (error) tidak konstan. Dalam hal ini terjadi korelasi antara faktor

⁸⁰ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 104.

⁸¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h. 110-111.

pengganggu dengan variable penjelas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸² Selain itu, penguji juga menggunakan Uji Glejser. Uji Glesjer mengusulkan untuk meregrsikan nilai absolute residual yang diperoleh atas variabel bebas.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output atau dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel input atau independen (X). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh BOPO, FDR, DPK, ROA terhadap *market share* BUS. Hubungan regresi linier berganda pada penelitian ini secara matematis dijelaskan dalam rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Market Share (MS)

α = Konstanta

X1 = BOPO

X2 = FDR

X3 = DPK

X4 = ROA

⁸² Ibid., h. 139.

$\beta_{1,2,3,4}$ = Koefisien Regresi

e = Error

4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris.⁸³ Pengujian hipotesis merupakan prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan yaitu menolak atau menerima hipotesis tersebut. Uji hipotesis statistik dilakukan dengan cara:

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara parsial apakah variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel *independent* secara individu mempengaruhi variabel *dependent*. Pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Adapun prosedurnya adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi α lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi α lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel terhadap variabel dependen.⁸⁴
 - a) Jika signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap

⁸³ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 25.

⁸⁴ Sujewarni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), h.155.

variabel terikat.

- 2) Membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut table. Apabila nilai statistic t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t table, kita menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.⁸⁵ Pengajuan membandingkan antara t-hitung dan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:
 - a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen dipengaruhi signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengajuan hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara simultan (uji F). Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini bisa dijelaskan menggunakan analisis varian (analysis of variance = ANOVA). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha=0.05$).⁸⁶ Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0.05, dimana syarat-syaratnya adalah :

- 1) Jika signifikansi $F < 0.05$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian ini juga menggunakan uji F yaitu perbandingan antara F hitung dan F table. Uji ini dilakukan dengan syarat:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel

⁸⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 98-99.

⁸⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, h.65.

dependen.

- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah dari 0 - 1.

Pada penggunaan koefisien determinasi, terdapat kelemahan mendasar yang terletak pada biasanya terhadap jumlah variabel yang dimasukkan kedalam model. Dalam hal ini, setiap penambahan satu variabel *independent*, maka R Square pasti meningkat, walaupun variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Hal inilah yang menyebabkan banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R Square saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

Dalam kenyataan nilai Adjusted R Square dapat bernilai *negative*, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati, jika dalam uji empiris didapat nilai Adjusted R Square *negative*, maka nilai Adjusted R Square dianggap bernilai nol.

Secara matematis :

Jika nilai R Square = 1, maka Adjusted R Square = R Square = 1

Sedangkan jika nilai R Square = 0, maka Adjusted R Square = $(1k) / (nk)$.

Jika $k > 1$, maka Adjusted R Square akan bernilai *negative*.⁸⁷

⁸⁷ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 111.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Penelitian

Berdasarkan data dari OJK, jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 14 Bank. Objek dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia dalam periode penelitian tahun 2013 sampai tahun 2019. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang menyajikan laporan keuangan publikasi tahunan periode tahun 2013-2019 secara lengkap dan sesuai dengan variabel yang diteliti. Bank Umum Syariah yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 bank yang sudah dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu Bank BRI Syariah, Bank BTPN Syariah, Bank BCA Syariah, Bank Victoria Syariah, Bank Panin Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, dan Bank BNI Syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioner bagi bank syariah lainnya telah lebih dulu menerapkan sistem syariah ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Krisis moneter di Indonesia yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional. Sementara perbankan yang menerapkan sistem syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan sebagai mana Bank Muamalat Indonesia.

Setelah berdiri Bank Muamalat Indonesia, kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *islamic window* ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba (*usury*), gharar (*uncertainty*), dan maysir (*speculative*), dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah.

Konsep perbankan syariah adalah *Risk sharing* atau *Profit loss sharing*, yaitu sistem bagi hasil, baik dari pendanaan maupun pembiayaan. Dengan demikian perbankan syariah tidak mengenal sistem bunga sebagaimana diterapkan pada bank konvensional. Juhur ulama mengatakan bahwa bunga bank adalah riba dan dilarang oleh agama. Dengan mengingat bahwa mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, maka perkembangan perbankan syariah tidak diragukan lagi untuk mewujudkan keadilan ekonomi guna mempersempit kesenjangan sosial.

Perkembangan Bank Syariah yang pesat menunjukkan bahwa pasar perbankan di Indonesia masih besar apalagi pasca diberlakukannya Undang-Undang Perbankan Syariah yang menjadi payung hukum bagi semua pihak yang ingin bertransaksi sesuai dengan syariah Islam. Haryoko menyebutkan sejumlah peluang yang dimiliki Perbankan Syariah di Indonesia antara lain:

- a) Potensi pasar Bank Syariah lebih luas dibandingkan dengan potensi pasar Bank Konvensional. Bank Syariah dapat melayani seluruh segmen masyarakat: muslim dan non muslim; rasional dan emosional; institusi syariah dan konvensional. Dengan demikian dapat dipastikan potensi Bank Syariah lebih luas dibanding Bank Konvensional.
- b) Sebagai bank universal memberi produk dan jasa layanan lebih beragam. Bank Syariah dapat memberikan produk dan layanan yang lebih beragam dibandingkan dengan Bank Konvensional yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Bank Syariah bisa memberikan layanan Leasing (*ijarah*), Gadai (*rahn*), Sekuritasi aset (*muqayadah*) dan lain sebagainya.
- c) Industri perbankan dan keuangan syariah tumbuh dengan pesat. Industri perbankan syariah berkembang dengan rata-rata pertumbuhan dana 80 % dan pertumbuhan pembiayaan 75 %. Pertumbuhan lebih lanjut akan didorong seiring pertumbuhan institusi dan instrumen keuangan syariah lainnya, seperti Asuransi, Reksadana, Dana Pensiun, Obligasi, dan lain

sebagainya. Sehingga dapat dilihat, Bank Syariah juga berpotensi membangun *Network* Perbankan Syariah Regional.

- d) Fungsi Intermediasi lebih baik. *Financing to Deposit Ratio* konsisten mendekati 100 %. Hal ini menunjukkan fungsi yang lebih baik dibandingkan Bank Konvensional, dan juga menunjukkan bukti bahwa Bank Syariah lebih mampu menjembatani sektor riil.
- e) Halal, lebih adil, dan thoyyib (menguntungkan dan lebih stabil). Mengacu pada ketentuan syariah yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk kehalalan produk dan layanan. Lebih adil, karena bagi hasil merupakan fungsi dari usaha penggunaan dana. Dalam keadaan normal, berinvestasi di Bank Syariah lebih menguntungkan dan akan lebih stabil karena tidak mengacu pada sistem bunga sehingga terhindar dari resiko *negative spread*.⁸⁸

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Analisis Deskriptif *Market Share*

Market share merupakan indikator ataupun kunci dalam sebuah persaingan pasar. Perolehan *market share* nantinya akan menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dalam meraih pasar terhadap para pesaingnya. *Market share* yang besar menandakan kekuasaan pasar yang besar. Sedangkan *market share* yang kecil menandakan perusahaan tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan.

Market Share Bank Umum Syariah didefinisikan sebagai persentase perbandingan antara total aset dari Bank Umum Syariah industri terhadap total aset seluruh Industri perbankan syariah. Berdasarkan laporan tahunan (*Annual Report*) masing-masing BUS, data *market share* dari tahun 2013-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.1.

⁸⁸ Arif Effendi, Industri Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Wahana Akademika, Vol. 1, No. 2, Oktober 2014, h. 151-166

Tabel 4.1**Market share pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2019**

No.	Nama BUS	Tahun	Market Share (%)
1	BRI Syariah	2013	7,013386804
		2014	7,29330692
		2015	7,970475987
		2016	7,571011211
		2017	7,251019263
		2018	7,742670669
		2019	8,636097248
2	BTPN Syariah	2013	0,121090645
		2014	1,330231624
		2015	1,709275987
		2016	2,00255592
		2017	2,104850811
		2018	2,458550307
		2019	3,08067409
3	BCA Syariah	2013	0,822780218
		2014	1,073646468
		2015	1,430789474
		2016	1,366037736
		2017	1,370327801
		2018	1,442545284
		2019	1,729162494
4	Victoria Syariah	2013	0,533391641
		2014	0,516182144
		2015	0,453705921
		2016	0,444403336
		2017	0,460464806
		2018	0,434156099
		2019	0,453088277
5	Panin Syariah	2013	1,633352142
		2014	2,225351022
		2015	2,346787829
		2016	2,39484933
		2017	1,983650177
		2018	1,79114501
		2019	2,230108744
6	Mega Syariah	2013	3,676424167

		2014	2,525847257
		2015	1,828887829
		2016	1,677670768
		2017	1,617006115
		2018	1,498160469
		2019	1,603652021
7	Bukopin Syariah	2013	1,750116078
		2014	1,850310864
		2015	1,916826974
		2016	1,887035822
		2017	1,647339663
		2018	1,292337397
		2019	1,349726439
8	Mandiri Syariah	2013	25,78090363
		2014	24,00705307
		2015	23,14793059
		2016	21,55639103
		2017	20,20942026
		2018	20,08232065
		2019	22,48805764
9	Muamalat	2013	21,64644714
		2014	22,37719613
		2015	18,79638158
		2016	15,25458026
		2017	14,18256632
		2018	11,68637301
		2019	10,12456443
10	BNI Syariah	2013	5,928418846
		2014	6,988884905
		2015	7,571710526
		2016	7,742411813
		2017	8,00468944
		2018	8,382650248
		2019	10,00921216

Sumber : (Laporan Tahunan masing-masing BUS data diolah)

Tabel 4.2
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_Marketshare	70	-2,11	3,25	1,1645	1,24512
Valid N (listwise)	70				

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa *market share* pada 10 BUS mulai tahun 2013-2014 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 70, diperoleh hasil rata-rata dari *market share* sebesar 6,3644% atau 1,1654 dalam bentuk logaritma. *Market share* tertinggi diperoleh sebesar 25,78% atau 3,25 dalam bentuk logaritma pada tahun 2013 pada bank syariah Mandiri. *Market share* terendah diperoleh sebesar 0,12% atau -2,11 dalam bentuk logaritma pada tahun 2013 pada bank BTPN Syariah. Adapun standar deviasi variabel *market share* sebesar 1,24512 berarti selama pengamatan pada periode 2013-2019, terjadi penyimpangan *market share* sebesar 1,24512 dari rata-ratanya.

b. Analisis Deskriptif Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) sering disebut rasio efisiensi, digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional. Pengendalian biaya operasional juga akan mengakibatkan pertumbuhan *market share* bank syariah. Bila dikaji, sebuah pengendalian akan berimbas kepada peningkatan usaha. Untuk itu, apabila pengendalian penggunaan biaya operasional dapat dikendalikan oleh bank syariah, maka *market share* bank syariah diprediksi akan meningkat. Sebab, di dalam pengendalian akan mengatur tentang apa saja yang berhubungan dengan peningkatan perusahaan.⁸⁹ Berdasarkan laporan

⁸⁹ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, hal. 291-314

tahunan (*Annual Report*) masing-masing BUS, data BOPO dari tahun 2013-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) pada BUS
tahun 2013-2019

No.	Nama BUS	Tahun	BOPO (%)
1	BRI Syariah	2013	90,42
		2014	99,77
		2015	93,79
		2016	91,33
		2017	95,34
		2018	95,32
		2019	96,80
2	BTPN Syariah	2013	98,97
		2014	85,92
		2015	85,82
		2016	75,1
		2017	68,8
		2018	62,4
		2019	58,1
3	BCA Syariah	2013	90,2
		2014	92,9
		2015	92,5
		2016	92,2
		2017	87,2
		2018	87,4
		2019	87,6
4	Victoria Syariah	2013	91,95
		2014	143,31
		2015	119,19
		2016	131,34
		2017	96,02
		2018	96,38
		2019	99,80
5	Panin Syariah	2013	81,31
		2014	82,58

		2015	89,29
		2016	96,17
		2017	217,40
		2018	99,57
		2019	97,74
6	Mega Syariah	2013	86,09
		2014	97,61
		2015	99,51
		2016	88,16
		2017	89,16
		2018	93,84
		2019	93,71
7	Bukopin Syariah	2013	92,29
		2014	96,77
		2015	91,99
		2016	109,62
		2017	99,20
		2018	99,45
		2019	99,60
8	Mandiri Syariah	2013	84,02
		2014	100,60
		2015	94,78
		2016	94,12
		2017	94,44
		2018	91,16
		2019	82,89
9	Muamalat	2013	93,86
		2014	97,33
		2015	97,36
		2016	97,76
		2017	97,68
		2018	98,24
		2019	99,50
10	BNI Syariah	2013	88,33
		2014	89,80
		2015	89,63
		2016	86,88
		2017	87,62
		2018	85,37
		2019	81,26

Sumber : (Laporan Tahunan masing-masing BUS data diolah)

Tabel 4.4
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_BOPO	70	4,06	5,38	4,5376	,16321
Valid N (listwise)	70				

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) pada 10 BUS mulai tahun 2013-2014 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 70, diperoleh hasil rata-rata dari BOPO sebesar 94,8509% atau 4,5376 dalam bentuk logaritma. BOPO tertinggi diperoleh sebesar 217,40% atau 5,38 dalam bentuk logaritma pada tahun 2017 pada bank Panin Dubai Syariah. BOPO terendah diperoleh sebesar 58,10% atau 4,06 dalam bentuk logaritma pada tahun 2019 pada bank BTPN Syariah. Adapun standar deviasi variabel *market share* sebesar 0,16321 berarti selama pengamatan pada periode 2013-2019, terjadi penyimpangan BOPO sebesar 0,16321 dari rata-ratanya.

c. Analisis Deskriptif *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

Financing to Deposit Ratio (FDR) merupakan indikator likuiditas bank dimana diukur dengan membandingkan total pembiayaan yang disalurkan dengan total dana simpanan masyarakat yang dihimpun. Rasio ini disebut juga dengan banking rasio. Rasio ini menyatakan seberapa jauh kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan deposan dengan mengandalkan kredit/pembiayaan yang diberikan sebagai likuiditasnya. Semakin tinggi rasio maka semakin rendah kemampuan bank yang bersangkutan. Hal ini disebabkan karena jumlah dana yang diperlukan untuk pembiayaan menjadi lebih besar. Data yang digunakan biasanya dalam bentuk persentase.⁹⁰ Berdasarkan

⁹⁰ Nurani Purboastuti, et. al., *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, JEJAK Journal Of Economics and Policy, Jejak Vol. 8, No. 1, 2015, h. 13-22.

laporan tahunan (*Annual Report*) masing-masing BUS, data *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dari tahun 2013-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5

Financing to Deposit Ratio (FDR) pada BUS tahun 2013-2019

No.	Nama BUS	Tahun	FDR (%)
1	BRI Syariah	2013	102,70
		2014	93,90
		2015	84,16
		2016	81,42
		2017	71,87
		2018	75,49
		2019	80,12
2	BTPN Syariah	2013	149,87
		2014	93,97
		2015	96,54
		2016	92,8
		2017	92,5
		2018	95,6
		2019	95,6
3	BCA Syariah	2013	83,5
		2014	91,2
		2015	91,4
		2016	90,1
		2017	88,5
		2018	89,0
		2019	91,0
4	Victoria Syariah	2013	84,65
		2014	95,15
		2015	95,29
		2016	100,67
		2017	83,57
		2018	82,78
		2019	80,52
5	Panin Syariah	2013	90,40
		2014	94,04
		2015	96,43
		2016	91,99
		2017	86,95

		2018	88,82
		2019	96,23
6	Mega Syariah	2013	93,37
		2014	93,61
		2015	98,49
		2016	95,24
		2017	91,05
		2018	90,88
		2019	94,53
7	Bukopin Syariah	2013	100,29
		2014	92,89
		2015	90,56
		2016	88,18
		2017	82,44
		2018	93,40
		2019	93,48
8	Mandiri Syariah	2013	89,37
		2014	81,92
		2015	81,99
		2016	79,19
		2017	77,66
		2018	77,25
		2019	75,54
9	Muamalat	2013	99,99
		2014	84,14
		2015	90,30
		2016	95,13
		2017	84,41
		2018	73,18
		2019	73,51
10	BNI Syariah	2013	97,86
		2014	92,60
		2015	91,94
		2016	84,57
		2017	80,21
		2018	79,62
		2019	74,31

Sumber : Laporan Tahunan masing-masing BUS data diolah)

Tabel 4.6
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_FDR	70	4,27	5,01	4,4878	,10738
Valid N (listwise)	70				

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa *Financing to Deposit Ratio* (FDR) pada 10 BUS mulai tahun 2013-2014 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 70, diperoleh hasil rata-rata dari FDR sebesar 84,4547% atau 4,4878 dalam bentuk logaritma. FDR tertinggi diperoleh sebesar 149,87% atau 5,01 dalam bentuk logaritma pada tahun 2013 pada bank BTPN Syariah. FDR terendah diperoleh sebesar 71,87% atau 4,27 dalam bentuk logaritma pada tahun 2017 pada bank BRI Syariah. Adapun standar deviasi variabel FDR sebesar 0,10738 berarti selama pengamatan pada periode 2013-2019, terjadi penyimpangan FDR sebesar 0,1738 dari rata-ratanya.

d. Analisis Deskriptif Dana Pihak Ketiga (DPK)

DPK merupakan sumber dana yang berasal dari masyarakat. DPK diduga dapat ditingkatkan dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya : semakin banyaknya jaringan kantor yang lebih terjangkau nasabah, dan promosi. Dana masyarakat yang dihimpun di dalam DPK merupakan simpanan pihak ketiga bukan bank yang terdiri dari Giro, Tabungan, dan Simpanan Berjangka. Jumlah DPK yang berhasil terhimpun menentukan besarnya pangsa perbankan syariah terhadap perbankan nasional. Data yang digunakan DPK yaitu dalam bentuk Rupiah.⁹¹ Berdasarkan laporan tahunan (*Annual Report*) masing-masing BUS, data Dana Pihak Ketiga (DPK) dari tahun 2013-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.7.

⁹¹ Nurani Purboastuti dkk, *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, JEJAK Journal Of Economics and Policy, Jejak Vol. 8, No. 1, 2015, h. 13-22

Tabel 4.7**Dana Pihak Ketiga (DPK) pada BUS tahun 2013-2019**

No.	Nama BUS	Tahun	DPK (Dalam Jutaan Rupiah)
1	BRI Syariah	2013	13794869
		2014	16964251
		2015	21014510
		2016	22991786
		2017	26373417
		2018	28860000
		2019	34120000
2	BTPN Syariah	2013	122274
		2014	2707504
		2015	3809967
		2016	5387564
		2017	6545879
		2018	7612114
		2019	9446549
3	BCA Syariah	2013	1703000
		2014	2338700
		2015	3255200
		2016	3842300
		2017	4736400
		2018	5506100
		2019	6204900
4	Victoria Syariah	2013	1015791
		2014	1132086
		2015	1128908
		2016	1204681
		2017	1512008
		2018	1491441
		2019	1529485
5	Panin Syariah	2013	2870310
		2014	5076082
		2015	5928345
		2016	6899008
		2017	7525232
		2018	6905806
		2019	8707657
6	Mega Syariah	2013	7736248

		2014	5881057
		2015	4354546
		2016	4973126
		2017	5103100
		2018	5723208
		2019	6578208
7	Bukopin Syariah	2013	3272263
		2014	3994957
		2015	4756303
		2016	5442608
		2017	5498425
		2018	4543665
		2019	5087294
8	Mandiri Syariah	2013	56461000
		2014	59821000
		2015	62113000
		2016	69950000
		2017	77903000
		2018	87472000
		2019	99810000
9	Muamalat	2013	41790000
		2014	51206000
		2015	45078000
		2016	41920000
		2017	48686000
		2018	45636000
		2019	40357000
10	BNI Syariah	2013	11423000
		2014	16246000
		2015	19323000
		2016	24233000
		2017	29379000
		2018	35497000
		2019	43772000

Sumber : (Laporan Tahunan masing-masing BUS data diolah)

Tabel 4.8
Hasil Analisis Dekriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_DPK	70	11,71	18,42	16,0230	1,34619
Valid N (listwise)	70				

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) pada 10 BUS mulai tahun 2013-2014 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 70, diperoleh hasil rata-rata dari DPK sebesar Rp.19.446.930.045.714 atau 16,0230 dalam bentuk logaritma. DPK tertinggi diperoleh sebesar Rp.99.810.000.000.000 atau 18,42 dalam bentuk logaritma pada tahun 2019 pada bank Syariah Mandiri. DPK terendah diperoleh sebesar Rp.122.274.000.000 atau 11,71 dalam bentuk logaritma pada tahun 2013 pada bank BTPN Syariah. Adapun standar deviasi variabel FDR sebesar 1,34619 berarti selama pengamatan pada periode 2013-2019, terjadi penyimpangan FDR sebesar 1,34619 dari rata-ratanya.

e. Analisis Deskriptif Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan. ROA menggambarkan produktivitas bank dalam mengelola dana untuk menghasilkan laba secara keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets* (ROA), semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari sisi penggunaan asset.⁹² Sebaliknya, semakin kecil ROA, semakin kecil pula tingkat keuntungan yang dicapai bank dan menunjukkan kurangnya kemampuan manajemen bank dalam hal mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan. Berdasarkan laporan

⁹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 179.

tahunan (*Annual Report*) masing-masing BUS, data *Return On Assets* (ROA) dari tahun 2013-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9

Return On Assets (ROA) pada BUS tahun 2013-2019

No.	Nama BUS	Tahun	ROA (%)
1	BRI Syariah	2013	1,15
		2014	0,08
		2015	0,77
		2016	0,95
		2017	0,51
		2018	0,43
		2019	0,31
2	BTPN Syariah	2013	0,11
		2014	4,23
		2015	5,24
		2016	9,0
		2017	11,2
		2018	12,4
		2019	13,6
3	BCA Syariah	2013	1,0
		2014	0,8
		2015	1,0
		2016	1,1
		2017	1,2
		2018	1,2
		2019	1,2
4	Victoria Syariah	2013	0,5
		2014	-1,87
		2015	-2,36
		2016	-2,19
		2017	0,36
		2018	0,32
		2019	0,05
5	Panin Syariah	2013	1,03
		2014	1,99
		2015	1,14
		2016	0,37
		2017	-10,77

		2018	0,26
		2019	0,25
6	Mega Syariah	2013	2,33
		2014	0,29
		2015	0,30
		2016	2,63
		2017	1,56
		2018	0,93
		2019	0,89
7	Bukopin Syariah	2013	0,69
		2014	0,27
		2015	0,79
		2016	1,12
		2017	0,02
		2018	0,02
		2019	0,04
8	Mandiri Syariah	2013	1,52
		2014	0,04
		2015	0,56
		2016	0,59
		2017	0,59
		2018	0,88
		2019	1,69
9	Muamalat	2013	0,50
		2014	0,17
		2015	0,20
		2016	0,22
		2017	0,11
		2018	0,08
		2019	0,05
10	BNI Syariah	2013	1,37
		2014	1,27
		2015	1,43
		2016	1,44
		2017	1,31
		2018	1,42
		2019	1,82

Sumber : (Laporan Tahunan masing-masing BUS data diolah)

Tabel 4.10
Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_ROA	70	,00	3,23	2,5353	,43930
Valid N (listwise)	70				

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa *Return On Assets* (ROA) pada 10 BUS mulai tahun 2013-2014 dapat dideskripsikan dengan jumlah data 70, diperoleh hasil rata-rata dari ROA sebesar 1,2243% atau 2,5353 dalam bentuk logaritma. ROA tertinggi diperoleh sebesar 13,60% atau 3,23 dalam bentuk logaritma pada tahun 2019 pada bank BTPN Syariah. ROA terendah diperoleh sebesar -10,77% atau 0,00 dalam bentuk logaritma pada tahun 2017 pada bank Panin Dubai Syariah. Adapun standar deviasi variabel ROA sebesar 0,43930 berarti selama pengamatan pada periode 2013-2019, terjadi penyimpangan ROA sebesar 0,43930 dari rata-ratanya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametric (*statistic inferensial*). Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut mendekati rata – ratanya. Untuk mendekati apakah variabel residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisi grafik. Sedangkan normalitas sesuai variabel umumnya dideteksi dengan grafik atau uji statistic non-parametik kolmogrof-smirnof (K-S). suatu variabel dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikasinya $>0,05$ maka terjadi distribusi normal.

Tabel 4.11
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,19879041
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,053
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,570
Asymp. Sig. (2-tailed)		,902

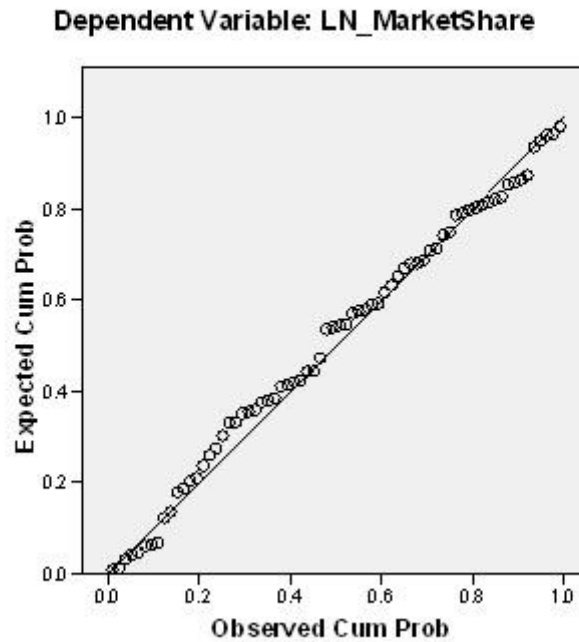
a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.11 uji normalitas *one-Sample Kolgorov-Smirnov Test* diatas dapat dilihat bahwa hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,902. Karena nilai hasil pengujian uji normalitas diatas lebih besar dari nilai standarized 0,05 yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $0,902 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar *P-P Plot of regression standardized* pada gambar 4.1.

Gambar 4.1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada gambar 4.1 uji normalitas *P-P Plot Of Regression Standardized* diatas mengindikasikan bahwa pengujian normalitas model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan uji normalitas pada variabel penelitian ini kesemuanya berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *cut off* yang

umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance value* < 0,10 atau sama dengan $VIF > 10$, maka model dinyatakan terdapat gejala multikoliniearitas. Sebaliknya, jika *tolerance value* > 0,1 atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-21,109	1,840					
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077	,470	2,126
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000	,618	1,617
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000	,608	1,644
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037	,476	2,102

a. Dependent Variable: LN_MarketShare

Berdasarkan output pada coefficients dalam tabel 4.12 di atas, keempat variabel independent BOPO, FDR, DPK, ROA menunjukkan angka VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance di atas 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikoliniearitas. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel *independen*.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Persamaan yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik/tidak layak dipakai prediksi. Adapun pengujiannya dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW-Test) dengan ketentuan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara

variabel independen. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin Watson (DW-Test) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika DW berada diantara -2 dan + 2 atau $-2 < DW \leq + 2$.
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW diatas + 2 atau $DW > + 2$.

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi dengan *Durbin Watson Test*

Model Summary(b)

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,987(a)	,975	,973	,20482	1,176

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO

b Dependent Variable: LN_MarketShare

Berdasarkan tabel 4.13 hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat bahwa angka *Durbin Watson* sebesar 1,176, dimana DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW \leq + 2$ yang Berarti hasil uji autokorelasi dengan *Durbin Watson* menunjukkan tidak terjadi autokorelasi sehingga memenuhi asumsi autokorelasi.

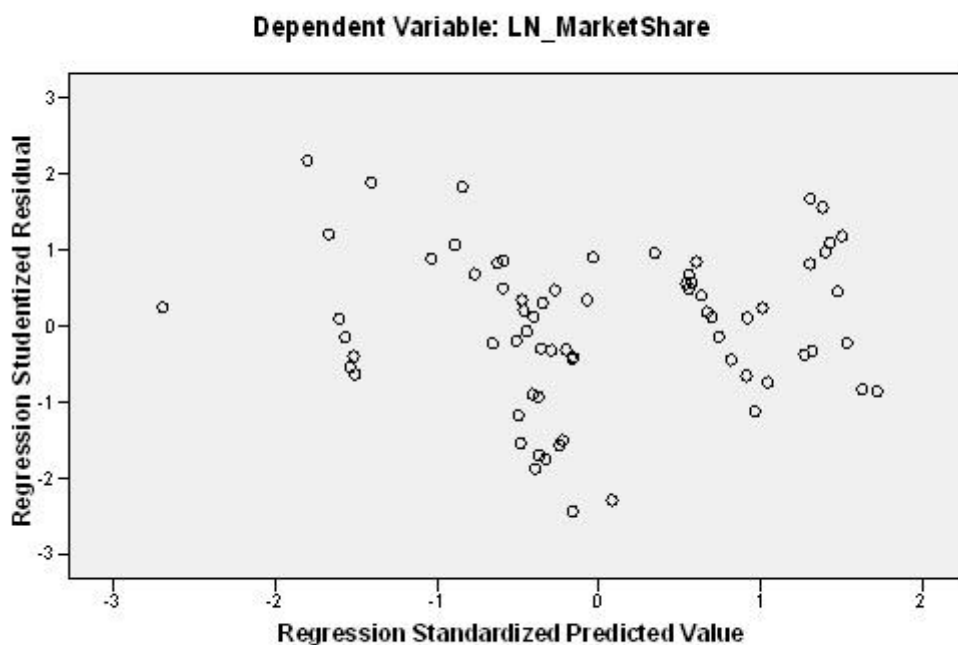
d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan yang menunjukkan faktor pengganggu (error) tidak konstan. Dalam hal ini terjadi korelasi antara faktor pengganggu dengan variable penjelas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik

menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, penguji juga menggunakan Uji Glejser. Uji Glesjer mengusulkan untuk meregrsikan nilai absolute residual yang diperoleh atas variabel bebas.

Gambar 4.2

Scatterplot



Berdasarkan tampilan pada gambar 4.2 di atas terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Selain dengan melihat gambar dari *scatterplot*, uji heteroskedastisitas juga bisa dilakukan dengan uji *Glesjer*. Uji Glesjer mengusulkan untuk meregrsikan

nilai absolute residual yang diperoleh atas variabel bebas. Adapun prosedur pengujiannya adalah dengan cara meregresi nilai absolute residual terhadap variabel dependen unstandardized residual sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya adalah variabel X1, X2, X3, X4. Dasar pengambilan keputusan pada uji *Glesjer* adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dengan uji *Glesjer* dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastisitas dengan uji *Glesjer*
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,050	1,068		,984	,329
	LN_BOPO	-,242	,128	-,328	-1,896	,062
	LN_FDR	,020	,169	,017	,115	,908
	LN_DPK	-,010	,014	-,111	-,732	,467
	LN_ROA	,110	,047	,401	2,328	,223

a Dependent Variable: RESUC

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *Glesjer* nilai sig dari variabel BOPO (X1) adalah sebesar 0,062, variabel FDR (X2) adalah sebesar 0,908 , variabel DPK (X3) adalah sebesar 0,467, variabel ROA (X4) adalah sebesar 0,223. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa nilai sig dari keempat variabel tersebut $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan layak untuk diteliti.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output atau dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel input atau independen (X). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4)

terhadap *market share* (Y) BUS. Hubungan regresi linier berganda pada penelitian ini secara matematis dijelaskan dalam rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Market Share (MS)

α = Konstanta

X1 = BOPO

X2 = FDR

X3 = DPK

X4 = ROA

$\beta_{1,2,3,4}$ = Koefisien Regresi

e = Error

Tabel 4.15
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	partial	part	
1	(Constant)	-21,109	1,840						
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077	-,172	-,218	-,036
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000	-,499	,598	,119
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000	,979	,982	,829
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037	,014	,256	,042

a Dependent Variable: LN_MarketShare

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel 4.15 diatas, diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Market share} = -21,109 - 0,396 \text{ BOPO} + 1,757 \text{ FDR} + 0,983 \text{ DPK} + 0,174 \text{ ROA}$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -21,109 menyatakan apabila seluruh variabel independen yaitu BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) sama dengan nol maka besarnya *Market Share* (Y) sama dengan besarnya konstanta yaitu -21,109.
- 2) Koefisien regresi BOPO (X1) sebesar -0,396 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel BOPO sebesar 1% maka akan menurunkan *Market Share* sebesar 0,396% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.
- 3) Koefisien regresi FDR (X2) sebesar 1,757 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel FDR sebesar 1% maka akan meningkatkan *Market Share* sebesar 1,757% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.
- 4) Koefisien regresi DPK (X3) sebesar 0,983 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel DPK sebesar 1% maka akan meningkatkan *Market Share* sebesar 0,983% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.
- 5) Koefisien regresi ROA (X4) sebesar 0,174 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel FDR sebesar 1% maka akan meningkatkan *Market Share* sebesar 0,174% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (uji secara parsial)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mrngetahui secara masing-masing (parsial) apakah variabel independen berpengaruh secara signifikansi atau tidak terhadap variabel independen. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Adapun ketentuan menerima dan menolak hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Hal tersebut berarti secara parsial BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) berpengaruh tidak signifikan terhadap *market share* (Y).
- 2) Jika t hitung $> t$ tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima. Hal tersebut berarti secara parsial BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) berpengaruh signifikan terhadap *market share* (Y).

Namun, sebelum menentukan t tabel, terlebih dahulu menghitung derajat kebebasan. Berikut rumus untuk menghitung derajat kebebasan:

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n - k$$

Dimana : n = banyaknya observasi

k = banyaknya variabel (dependen dan independen)

Diketahui bahwa jumlah observasi dalam penelitian ini adalah 70 dan jumlah variabelnya sebanyak 5. Sehingga derajat kebebasannya adalah $70 - 5 = 65$. Tingkat signifikansinya adalah 0,05 sehingga t tabel dengan derajat kebebasan 65 dan tingkat signifikansi 0,05 adalah 1,99714.

Tabel 4.16

Hasil uji t (uji parsial)

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-21,109	1,840		-11,472	,000
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037

a Dependent Variable: LN_MarketShare

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16 diatas, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1) Uji Hipotesis 1 pada variabel BOPO

Nilai t hitung pada variabel BOPO (X1) < t tabel yaitu $-1,797 < 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel BOPO (X1) > 0,05 yaitu $0,077 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya BOPO (X1) tidak berpengaruh terhadap *market share* (Y).

2) Uji Hipotesis 2 pada variabel FDR

Nilai t hitung pada variabel FDR (X2) > t tabel yaitu $6,019 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel FDR (X2) < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya FDR (X2) berpengaruh signifikan terhadap *market share* (Y).

3) Uji Hipotesis 3 pada variabel DPK

Nilai t hitung pada variabel DPK (X3) > t tabel yaitu $41,843 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel DPK (X3) < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya DPK (X3) berpengaruh signifikan terhadap *market share* (Y).

4) Uji Hipotesis 4 pada variabel ROA

Nilai t hitung pada variabel ROA (X4) > t tabel yaitu $2,133 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel ROA (X4) < 0,05 yaitu $0,037 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya ROA (X4) berpengaruh signifikan terhadap *market share* (Y).

b. Uji F (uji secara simultan)

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%). Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Jika F hitung < F tabel atau nilai signifikansi (α) > 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Jika F hitung > F tabel atau nilai signifikansi (α) < 0,05 maka H_a diterima.

Namun, sebelum menghitung nilai F tabel, terlebih dahulu menentukan derajat kebebasan. Berikut rumus untuk menghitung derajat kebebasan. Berikut rumus untuk menghitung derajat kebebasan:

$$df1 \text{ (pembilang)} = k - 1$$

$$df2 \text{ (penyebut)} = n - k$$

dimana : n = banyak nya observasi

k = banyaknya variabel (dependen dan independen)

Diketahui bahwa jumlah observasi dalam penelitian sebanyak 70 dan jumlah variabel 5, sehingga derajat kebebasannya untuk $df1$ adalah $5 - 1 = 4$ dan derajat kebebasan untuk $df2$ adalah $70 - 5 = 65$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5% maka nilai F tabelnya adalah 2,51.

Tabel 4.17

Uji F (uji simultan)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,246	4	26,061	621,258	,000(a)
	Residual	2,727	65	,042		
	Total	106,973	69			

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO

b Dependent Variable: LN_MarketShare

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.17 diatas, diperoleh kesimpulan yaitu diketahui $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ yaitu $621,258 > 2,51$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a5} diterima dan H_{o5} ditolak pada uji F. Artinya secara simultan BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

Tabel 4.18
Ringkasan Hasil Pembahasan Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Uraian Hipotesis	Hasil
1.	Ho1	BOPO tidak berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Diterima
	Ha1	BOPO berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Ditolak
2.	Ho2	FDR tidak berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Ditolak
	Ha2	FDR berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Diterima
3.	Ho3	DPK tidak berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Ditolak
	Ha3	DPK berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Diterima
4.	Ho4	ROA tidak berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Ditolak
	Ha4	ROA berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Diterima
5.	Ho5	BOPO, FDR, DPK, ROA tidak berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia.	Ditolak
	Ha5	BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah di Indonesia.	Diterima

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah dari 0 - 1.

Pada penggunaan koefisien determinasi, terdapat kelemahan mendasar yang terletak pada biasanya terhadap jumlah variabel yang dimasukkan kedalam model. Dalam hal ini, setiap penambahan satu variabel *independent*, maka R Square pasti meningkat, walaupun variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Hal inilah yang menyebabkan banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R Square saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

Dalam kenyataan nilai Adjusted R Square dapat bernilai *negative*, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati, jika dalam uji empiris didapat nilai Adjusted R Square *negative*, maka nilai Adjusted R Square dianggap bernilai nol.

Tabel 4.19
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,987(a)	,975	,973	,20482

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, Nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,973 atau 97,3%. Artinya pengaruh antara variabel *independent* BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) terhadap variabel *dependet market share* (Y) yaitu sebesar 97,3%. Sedangkan sisanya 2,7% dipegaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh BOPO, FDR, DPK, ROA terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah periode 2013-2019. Pembahasan masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh BOPO terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel BOPO terhadap *market share* menghasilkan nilai t hitung < t tabel yaitu $-1,797 < 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel BOPO (X_1) > 0,05 yaitu $0,077 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya BOPO (X_1) tidak berpengaruh terhadap *market share* (Y). BOPO adalah rasio yang mengukur tingkat efisiensi dan kinerja suatu bank dalam menjalankan operasionalnya. Ketika BOPO mengalami penurunan maka bank tersebut dinyatakan efisien dalam hal operasionalnya dan sebaliknya, ketika BOPO mengalami peningkatan maka bank tersebut dinyatakan tidak efisien dan mengakibatkan bank meningkatkan nisbah, margin, atau bagi hasil untuk meningkatkan pendapatannya dan akan menimbulkan resiko. Diduga pada tahun penelitian, Bank Umum syariah kurang memperhatikan resiko yang timbul akibat kegiatan meningkatkan nisbah, margin serta bagi hasil. Adanya resiko yang timbul diduga dapat mengurangi *market share* bank syariah sehingga tingkat efisiensi bank dalam menjalankan operasionalnya tidak berpengaruh terhadap tingkat *market share* suatu bank. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahman⁹³ pada tahun 2016 yang menyatakan BOPO berpengaruh dominan terhadap *Market Share*.

2. Pengaruh FDR terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel FDR terhadap *market share* menghasilkan nilai t hitung > t tabel yaitu $6,019 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel FDR

⁹³ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016, h. 311

$(X_2) < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Artinya FDR (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* (Y).

Kemudian nilai koefisien regresinya sebesar 1,757 yang berarti bahwa setiap ada kenaikan variabel FDR sebesar 1% maka *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia akan meningkat sebesar 1,757%. Sebaliknya jika FDR turun sebesar 1% maka *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia akan menurun sebesar 1,757% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

FDR mampu menunjukkan kemampuan perbankan menghubungkan deposit dengan debitur, sehingga semakin tinggi nilai FDR maka akan menyebabkan nilai pembiayaan menjadi naik, dengan begitu akan menaikkan *market share* bank syariah. Semakin tinggi FDR maka akan semakin tinggi *market share*, dengan asumsi bank menyalurkan dananya untuk pembiayaan yang efektif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Saputra⁹⁴ pada tahun 2014 yang menyatakan FDR berpengaruh signifikan positif terhadap *market share*.

3. Pengaruh DPK terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel DPK terhadap *market share* menghasilkan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $41,843 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel DPK (X_3) $<$ 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Artinya DPK (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* (Y).

Kemudian nilai koefisien regresi DPK sebesar 0,983 yang berarti bahwa setiap ada kenaikan variabel DPK sebesar 1% maka *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia akan meningkat sebesar 0,983%. Sebaliknya jika FDR turun

⁹⁴ Bambang Saputra, *Faktor-Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII, No. 2, Agustus 2014. h. 130

sebesar 1% maka *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia akan menurun sebesar 0,983% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

Semakin besar sumber dana yang terkumpul maka bank akan menyalurkan pembiayaan semakin besar. Hal tersebut dikarenakan salah satu tujuan bank adalah mendapatkan profit, sehingga bank tidak akan menganggurkan dananya begitu saja, Bank cenderung untuk menyalurkan dananya semaksimal mungkin. Apabila DPK yang dihimpun oleh bank meningkat maka penyaluran pembiayaan di masyarakat akan meningkat, sehingga keberhasilan dana pihak ketiga dalam menghimpun dana dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan tersebut mampu meningkatkan *market share* bank syariah.

Dengan kata lain semakin banyak dana pihak ketiga yang dihimpun maka semakin banyak pula dana yang digulirkan bank melalui pembiayaan. Sehingga bank memperoleh keuntungan dari penyaluran tersebut yang berakibat pada meningkatnya pangsa pasar bank bersangkutan. Semakin tinggi tingkat Dana Pihak Ketiga maka akan semakin meningkat posisi *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Niken Lestyaningsih⁹⁵ pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa DPK secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap *market share*.

4. Pengaruh ROA terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel ROA terhadap *market share* menghasilkan nilai t hitung > t tabel yaitu $2,133 > 1,99714$. Dan nilai signifikansi variabel ROA (X_4) < 0,05 yaitu $0,037 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_0 ditolak. Artinya ROA (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* (Y).

Kemudian nilai koefisien regresi ROA sebesar 0,174 yang berarti bahwa setiap ada kenaikan variabel ROA sebesar 1% maka *market share* Bank Umum

⁹⁵ Niken Lestyaningsih, "Pengaruh DPK dan Kinerja Keuangan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Periode 2012-2016)" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2017), h. 77

Syariah di Indonesia akan meningkat sebesar 0,174%. Sebaliknya jika FDR turun sebesar 1% maka *market share* Bank Umum Syariah di Indonesia akan menurun sebesar 0,174% dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

Stabil dan sehatnya rasio ROA mencerminkan stabilnya jumlah modal dan laba bank. Apabila profitabilitas suatu bank tersebut memiliki peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan mempercayakan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya, oleh karena itu semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik kinerja dan posisi *market share* bank tersebut. Semakin besar ROA pada suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik dan efisien pula posisi bank tersebut dari sisi penggunaan aset. Semakin efisien penggunaan aset bank, maka profit (laba) bank akan meningkat yang mengakibatkan *market share* bank juga meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Saputra⁹⁶ tahun 2014 dan Nurani Purboastuti dkk⁹⁷ tahun 2015 menyimpulkan bahwa ROA mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *market share* bank syariah.

5. Pengaruh BOPO, FDR, DPK, ROA terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F, menunjukkan bahwa variabel BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia. diperoleh hasil analisis yaitu diketahui F hitung > F tabel yaitu $621,258 > 2,51$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha5

⁹⁶ Bambang Saputra, *Faktor-Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, Akuntabilitas, Vol. VII, No. 2, Agustus 2014, h. 129

⁹⁷ Nurani Purboastuti, et. al., *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*, JEJAK Journal Of Economics and Policy, Vol. 8, No. 1, h. 20

diterima dan H_05 ditolak pada uji F. Artinya secara simultan BOPO (X1), FDR (X2), DPK (X3), ROA (X4) berpengaruh signifikan terhadap *market share* (Y).

BOPO adalah rasio yang mengukur tingkat efisiensi dan kinerja suatu bank dalam menjalankan operasionalnya. Kinerja manajemen dalam operasional suatu bank pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap *market share* dikarenakan Diduga pada tahun penelitian, perbankan syariah kurang memperhatikan resiko yang timbul akibat kegiatan meningkatkan nisbah, margin serta bagi hasil. Adanya resiko yang timbul diduga dapat mengurangi *market share* bank syariah sehingga tingkat efisiensi bank dalam menjalankan operasionalnya tidak berpengaruh terhadap tingkat *market share* suatu bank. Efisiensi manajemen memiliki pengaruh yang terbatas terhadap *market share* karena tidak mudah diketahui masyarakat jika dibandingkan dengan faktor lain seperti ROA yang lebih mencolok.

FDR adalah rasio yang mampu menunjukkan kemampuan perbankan menghubungkan deposit dengan debitur, sehingga semakin tinggi nilai FDR maka akan menyebabkan nilai pembiayaan menjadi naik, dengan begitu akan menaikkan *market share* bank syariah. Semakin tinggi FDR maka akan semakin tinggi *market share*, dengan asumsi bank menyalurkan dananya untuk pembiayaan yang efektif. Jika penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan pada suatu bank itu buruk, maka masyarakat akan enggan untuk menempatkan dananya pada bank syariah, sehingga berdampak pada melemahnya *market share* bank syariah.

Untuk DPK, semakin besar sumber dana yang terkumpul maka bank akan menyalurkan pembiayaan semakin besar. Hal tersebut dikarenakan salah satu tujuan bank adalah mendapatkan profit, sehingga bank tidak akan menganggurkan dananya begitu saja, Bank cenderung untuk menyalurkan dananya semaksimal mungkin. Apabila DPK yang dihimpun oleh bank meningkat maka penyaluran pembiayaan di masyarakat akan meningkat, sehingga keberhasilan dana pihak

ketiga dalam menghimpun dana dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan tersebut mampu meningkatkan *market share* bank syariah.

Stabil dan sehatnya rasio ROA mencerminkan stabilnya jumlah modal dan laba bank. Apabila profitabilitas suatu bank tersebut memiliki peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan mempercayakan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya, oleh karena itu semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik kinerja dan posisi *market share* bank tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial BOPO tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.
2. Secara parsial FDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.
3. Secara parsial DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.
4. Secara parsial ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.
5. Secara simultan BOPO, FDR, DPK, ROA berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, penulis ingin memberikan beberapa saran dengan harapan dapat berguna bagi pihak yang terkait:

1. Bagi pihak Bank Syariah

Pihak bank syariah harus lebih memperhatikan lagi manajemen operasional bank khususnya kinerja keuangan bank. Bank syariah harus menjaga kinerja dan kesehatan keuangannya agar pertumbuhan bank serta indikator utama perbankan akan semakin baik. Sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan market share bank syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel yang lain dalam mengukur pengaruh *market share* seperti variabel pertumbuhan ekonomi (PDB/GDP) dan inflasi atau variabel produk dan harga.
- b. Kemudian peneliti selanjutnya disarankan memperluas sampel unit perbankan syariah dari jenis industri bank syariah seperti UUS, BPRS, dan bank pembanguna daerah.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pelajar, mahasiswa, dan kalangan akademik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Faisal. *Manajemen Perbankan (Teknik Analisis Kinerja Keuangan Bank)*. Malang: UMM Press, 2003.
- Abdullah, Muhammad Wahid. “*Analisis Structure-Conduct-Performance Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015*”. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang, 2016.
- Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, Cet 3, 2000.
- Dendawijaya, Lukman. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Fitriyani, Nurdin. *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kinerja Keuangan dan Aspek Teknologi terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017*. Prosiding Manajemen, Manajemen, Gelombang 2, Tahun Akademik 2017-2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2013.
- Insight Buletin Ekonomi Syariah, KNKS (Komite Nasional Keuangan Syariah) Insight I edisi kedelapan, 1 januari 2020.
- Jaya W.K. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017. www.ojk.go.id diakses 18 Februari 2020
- Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2018. www.ojk.go.id diakses 26 Februari 2020 .
- Lestiyaniingsih, Niken. “*PENGARUH DPK DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP MARKET SHARE PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Periode 2012-2016)*”. Skripsi. IAIN Surakarta, 2017.
- Noor Rohman, Sani. dan Karsinah. *Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank Syariah di Indonesia Periode 2011-2016*. Economics Development Analysis Journal 5 (2), 2016.
- Purboastuti, Nurani, dkk. *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*. JEJAK Journal Of Economics and Policy, Vol. 8, No. 1, 2015.
- Rahman, Aulia. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah*. Analytica Islamica. Vol. 5, No. 2, 2016.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UINSU PRESS, 2016.
- Rivai, Veithzal. dan Andria Permata Veithzal. *Credit Management Handbook: Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi Panduan Praktis Mahasiswa, Bankir, dan Nasabah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019. www.ojk.go.id. diakses 17 Februari 2020.

- Saputra, Bambang. *Faktor Faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*. Akuntabilitas. Vol. VII, No. 2, Agustus 2014.
- Sesario, Tri Nur Hendra. dan Deni Dwi Hartomo. *PENGARUH KONSENTRASI DAN PANGSA PASAR TERHADAP PENGAMBILAN RESIKO BANK*. Jurnal Bisnis & Manajemen, Vol. 17, No. 2, 2017.
- Setiawan, Adi. “*Analisis Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah*”. Tesis. Program Pascasarjana Magister Manajemen. Universitas Diponegoro Semarang, 2009.
- Setyawati, Irma. *Determinan Pertumbuhan Total Aset Dengan Pendekatan variabel Spesifik Bank Dan Pangsa Pasar Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*. Mediastima Tahun XXI. No. 2, Oktober 2015.
- Sinungan, Muchdarsyah. *Manajemen Dana Bank*, Cet ke-4. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Siregar, Erwin Saputra. “*Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah Di Indonesia*”, Studi Kasus pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Periode Januari 2012 –September 2016. Tesis Magister. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan islam dan kedudukannya dalam tata hukum perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka utama Grafiti, 1999.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana, 2009.
- Suryani. *Analisis Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah DI Indonesia*. *economica*, Volume II / Edisi 2/ Nopember, 2012.

Tarigan, Azhari Akmal *et. al.* *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: FEBI Press, 2015.

Yamin, Sofyan. dan Heri Kurniawan. *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, eds. 2. Jakarta: Salemba Infotek, 2014.

Yuhanah, Siti. *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia*. Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 6 (1), April 2016.

Yulianto, Eko. "*Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Perusahaan X*". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya, 1991.

[http://semarak.co/market-share-perbankan-syariah-di-indonesia-masih-kecil dibanding-negara-lain/](http://semarak.co/market-share-perbankan-syariah-di-indonesia-masih-kecil-dibanding-negara-lain/) diakses pada tanggal 18 April 2020.

<https://finansial.bisnis.com/read/20191130/90/1176131/tahun-depan-market-share-syariah-dinilai-akan-tumbuh> diakses pada tanggal 26 Februari 2020.

Lampiran

1. Data penelitian sebelum diolah

No.	Nama BUS	Tahun	BOPO	FDR	DPK	ROA	Market Share
			(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(Y)
			(Persen)	(Persen)	(jutaan)	(Persen)	(Persen)
1	BRI Syariah	2013	90,42	102,70	13794869	1,15	7,013386804
		2014	99,77	93,90	16964251	0,08	7,29330692
		2015	93,79	84,16	21014510	0,77	7,970475987
		2016	91,33	81,42	22991786	0,95	7,571011211
		2017	95,34	71,87	26373417	0,51	7,251019263
		2018	95,32	75,49	28860000	0,43	7,742670669
		2019	96,80	80,12	34120000	0,31	8,636097248
2	BTPN Syariah	2013	98,97	149,87	122274	0,11	0,121090645
		2014	85,92	93,97	2707504	4,23	1,330231624
		2015	85,82	96,54	3809967	5,24	1,709275987
		2016	75,1	92,8	5387564	9,0	2,00255592
		2017	68,8	92,5	6545879	11,2	2,104850811
		2018	62,4	95,6	7612114	12,4	2,458550307
		2019	58,1	95,6	9446549	13,6	3,08067409
3	BCA Syariah	2013	90,2	83,5	1703000	1,0	0,822780218
		2014	92,9	91,2	2338700	0,8	1,073646468
		2015	92,5	91,4	3255200	1,0	1,430789474
		2016	92,2	90,1	3842300	1,1	1,366037736
		2017	87,2	88,5	4736400	1,2	1,370327801
		2018	87,4	89,0	5506100	1,2	1,442545284
		2019	87,6	91,0	6204900	1,2	1,729162494
4	Victoria Syariah	2013	91,95	84,65	1015791	0,5	0,533391641
		2014	143,31	95,15	1132086	-1,87	0,516182144
		2015	119,19	95,29	1128908	-2,36	0,453705921
		2016	131,34	100,67	1204681	-2,19	0,444403336
		2017	96,02	83,57	1512008	0,36	0,460464806
		2018	96,38	82,78	1491441	0,32	0,434156099
		2019	99,80	80,52	1529485	0,05	0,453088277
5	Panin Syariah	2013	81,31	90,40	2870310	1,03	1,633352142
		2014	82,58	94,04	5076082	1,99	2,225351022
		2015	89,29	96,43	5928345	1,14	2,346787829
		2016	96,17	91,99	6899008	0,37	2,39484933
		2017	217,40	86,95	7525232	-10,77	1,983650177
		2018	99,57	88,82	6905806	0,26	1,79114501

		2019	97,74	96,23	8707657	0,25	2,230108744
6	Mega Syariah	2013	86,09	93,37	7736248	2,33	3,676424167
		2014	97,61	93,61	5881057	0,29	2,525847257
		2015	99,51	98,49	4354546	0,30	1,828887829
		2016	88,16	95,24	4973126	2,63	1,677670768
		2017	89,16	91,05	5103100	1,56	1,617006115
		2018	93,84	90,88	5723208	0,93	1,498160469
		2019	93,71	94,53	6578208	0,89	1,603652021
7	Bukopin Syariah	2013	92,29	100,29	3272263	0,69	1,750116078
		2014	96,77	92,89	3994957	0,27	1,850310864
		2015	91,99	90,56	4756303	0,79	1,916826974
		2016	109,62	88,18	5442608	1,12	1,887035822
		2017	99,20	82,44	5498425	0,02	1,647339663
		2018	99,45	93,40	4543665	0,02	1,292337397
		2019	99,60	93,48	5087294	0,04	1,349726439
8	Mandiri Syariah	2013	84,02	89,37	56461000	1,52	25,78090363
		2014	100,60	81,92	59821000	0,04	24,00705307
		2015	94,78	81,99	62113000	0,56	23,14793059
		2016	94,12	79,19	69950000	0,59	21,55639103
		2017	94,44	77,66	77903000	0,59	20,20942026
		2018	91,16	77,25	87472000	0,88	20,08232065
		2019	82,89	75,54	99810000	1,69	22,48805764
9	Muamalat	2013	93,86	99,99	41790000	0,50	21,64644714
		2014	97,33	84,14	51206000	0,17	22,37719613
		2015	97,36	90,30	45078000	0,20	18,79638158
		2016	97,76	95,13	41920000	0,22	15,25458026
		2017	97,68	84,41	48686000	0,11	14,18256632
		2018	98,24	73,18	45636000	0,08	11,68637301
		2019	99,50	73,51	40357000	0,05	10,12456443
10	BNI Syariah	2013	88,33	97,86	11423000	1,37	5,928418846
		2014	89,80	92,60	16246000	1,27	6,988884905
		2015	89,63	91,94	19323000	1,43	7,571710526
		2016	86,88	84,57	24233000	1,44	7,742411813
		2017	87,62	80,21	29379000	1,31	8,00468944
		2018	85,37	79,62	35497000	1,42	8,382650248
		2019	81,26	74,31	43772000	1,82	10,00921216

2. Data penelitian sesudah diolah di spss

No.	Nama BUS	Tahun	LN_BOPO	LN_FDR	LN_DPK	LN_ROA	LN_Market Share
			(Persen)	(Persen)	(jutaan)	(Persen)	(Persen)
1	BRI Syariah	2013	4,504465	4,631812	16,43981	2,598979	1,947820723
		2014	4,602868	4,54223	16,64662	2,675527	1,986957067
		2015	4,541058	4,43272	16,86072	2,62684	2,075744213
		2016	4,514479	4,399621	16,95065	2,61374	2,02432664
		2017	4,557449	4,274859	17,08787	2,645465	1,981142047
		2018	4,55724	4,324	17,17797	2,651127	2,046746676
		2019	4,572647	4,383526	17,34539	2,65956	2,155950773
2	BTPN Syariah	2013	4,594817	5,009768	11,71402	2,673459	-2,111215882
		2014	4,453417	4,542976	14,81154	2,338917	0,28535308
		2015	4,452252	4,569957	15,15313	2,236445	0,536069881
		2016	4,318821	4,530447	15,4996	1,722767	0,694424325
		2017	4,231204	4,527209	15,69435	1,223775	0,744244591
		2018	4,133565	4,560173	15,84525	0,788457	0,89957187
		2019	4,062166	4,560173	16,06116	0	1,125148433
3	BCA Syariah	2013	4,502029	4,424847	14,3479	2,61007	-0,195066164
		2014	4,531524	4,513055	14,66511	2,624669	0,071060769
		2015	4,527209	4,515245	14,99576	2,61007	0,358226372
		2016	4,52396	4,50092	15,16158	2,60269	0,311914386
		2017	4,468204	4,483003	15,37079	2,595255	0,315049982
		2018	4,470495	4,488636	15,52137	2,595255	0,366409112
		2019	4,472781	4,51086	15,64085	2,595255	0,547637184
4	Victoria Syariah	2013	4,521245	4,438525	13,83118	2,646175	-0,628499339
		2014	4,96501	4,555455	13,93957	2,801541	-0,661295584
		2015	4,780719	4,556925	13,93676	2,830858	-0,790306042
		2016	4,877789	4,611848	14,00173	2,820783	-0,811022714
		2017	4,564557	4,425685	14,22895	2,656055	-0,775518852
		2018	4,568299	4,416186	14,21525	2,65886	-0,834351134
		2019	4,603168	4,388506	14,24044	2,677591	-0,791668301
5	Panin Syariah	2013	4,398269	4,504244	14,86993	2,607861	0,490634432
		2014	4,413768	4,54372	15,44005	2,53449	0,799914666
		2015	4,491889	4,568817	15,59526	2,599722	0,853047512
		2016	4,566117	4,52168	15,74689	2,655352	0,873320319
		2017	5,381739	4,465333	15,83377	3,233567	0,684938671
		2018	4,600861	4,486612	15,74787	2,663053	0,582855086
		2019	4,582311	4,566741	15,97971	2,66375	0,802050348
6	Mega Syariah	2013	4,455393	4,53657	15,86143	2,507157	1,301940586

		2014	4,58098	4,539137	15,58725	2,660959	0,926576554
		2015	4,600258	4,589955	15,28673	2,66026	0,603708038
		2016	4,479153	4,5564	15,41956	2,482404	0,517406384
		2017	4,490433	4,511409	15,44536	2,568022	0,480576362
		2018	4,541591	4,50954	15,56004	2,615204	0,404238002
		2019	4,540205	4,548917	15,69927	2,618125	0,472283541
7	Bukopin Syariah	2013	4,524936	4,608066	15,00099	2,632608	0,559682116
		2014	4,572337	4,531416	15,20054	2,662355	0,61535366
		2015	4,52168	4,506013	15,37498	2,625393	0,650671201
		2016	4,69702	4,47938	15,50977	2,601207	0,63500725
		2017	4,597138	4,412071	15,51997	2,679651	0,499161661
		2018	4,599655	4,536891	15,32924	2,679651	0,256452514
		2019	4,601162	4,537748	15,44226	2,678278	0,299901934
8	Mandiri Syariah	2013	4,431055	4,492785	17,84906	2,571084	3,249634048
		2014	4,611152	4,405743	17,90687	2,678278	3,178347665
		2015	4,551558	4,406597	17,94447	2,64191	3,141905385
		2016	4,544571	4,37185	18,06329	2,639771	3,07067234
		2017	4,547965	4,35234	18,17098	2,639771	3,006148845
		2018	4,512616	4,347047	18,28683	2,618855	2,999839858
		2019	4,417514	4,324662	18,41878	2,558002	3,112984397
9	Muamalat	2013	4,541804	4,60507	17,54817	2,646175	3,074841337
		2014	4,578107	4,432482	17,75137	2,669309	3,10804241
		2015	4,578415	4,503137	17,6239	2,667228	2,933664382
		2016	4,582515	4,555244	17,55127	2,665838	2,724879803
		2017	4,581697	4,435686	17,7009	2,673459	2,652013486
		2018	4,587413	4,292922	17,63621	2,675527	2,458423463
		2019	4,600158	4,297421	17,51328	2,677591	2,314964593
10	BNI Syariah	2013	4,48108	4,583538	16,25114	2,582487	1,779757541
		2014	4,497585	4,528289	16,60336	2,590017	1,944321016
		2015	4,49569	4,521136	16,77681	2,577942	2,024419003
		2016	4,464528	4,43758	17,00323	2,577182	2,046713243
		2017	4,473009	4,384648	17,19579	2,587012	2,08002755
		2018	4,446995	4,377265	17,38496	2,578701	2,126164123
		2019	4,397654	4,308246	17,5945	2,547881	2,303505885

3. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN_MarketShare	70	-2,11	3,25	1,1645	1,24512
LN_BOPO	70	4,06	5,38	4,5376	,16321
LN_FDR	70	4,27	5,01	4,4878	,10738
LN_DPK	70	11,71	18,42	16,0230	1,34619
LN_ROA	70	,00	3,23	2,5353	,43930
Valid N (listwise)	70				

4. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

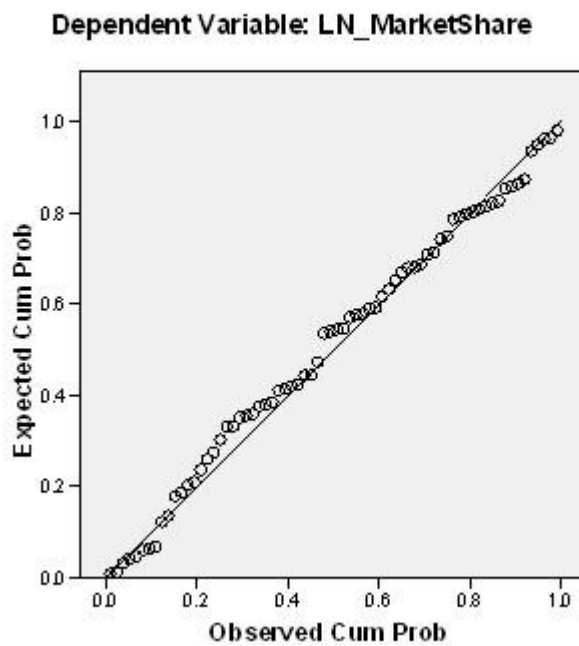
		Unstandardi zed Residual
N		70
Normal	Mean	,0000000
Parameters(a,b)	Std. Deviation	,19879041
Most Extreme	Absolute	,068
Differences	Positive	,053
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,570
Asymp. Sig. (2-tailed)		,902

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Hasil Uji Normalitas dengan Uji P Plot Regression

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-21,109	1,840		-11,472	,000		
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077	,470	2,126
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000	,618	1,617
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000	,608	1,644
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037	,476	2,102

a. Dependent Variable: LN_MarketShare

6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary(b)

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,987(a)	,975	,973	,20482	1,176

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO

b Dependent Variable: LN_MarketShare

7. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji *Glesjer*

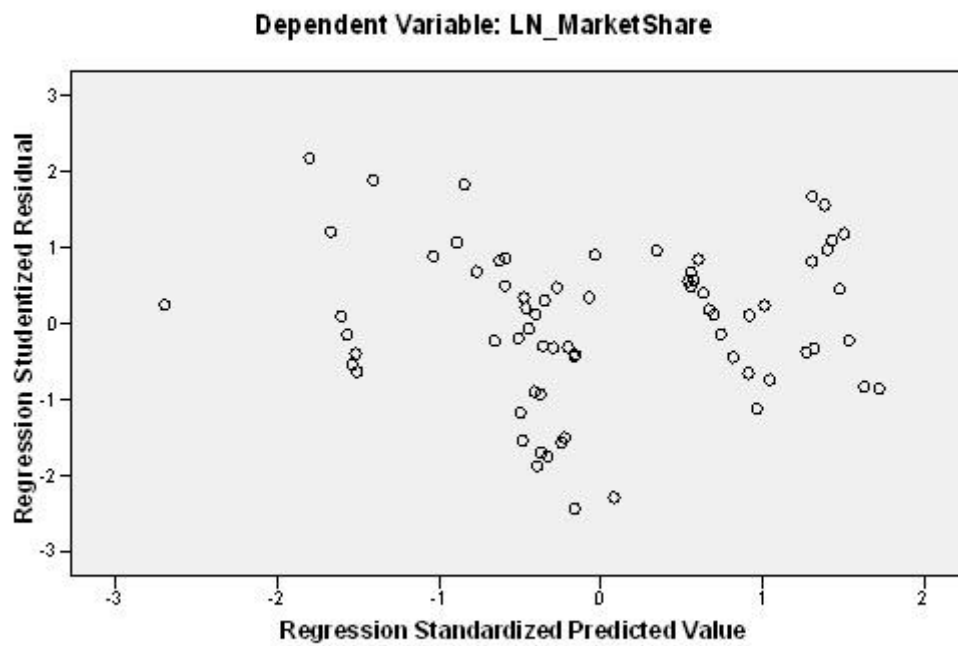
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,050	1,068		,984	,329
	LN_BOPO	-,242	,128	-,328	-1,896	,062
	LN_FDR	,020	,169	,017	,115	,908
	LN_DPK	-,010	,014	-,111	-,732	,467
	LN_ROA	,110	,047	,401	2,328	,223

a Dependent Variable: RESUC

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplott*

Scatterplot



8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	partial	part
1	(Constant)	-21,109	1,840		-11,472	,000			
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077	-,172	-,218	-,036
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000	-,499	,598	,119
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000	,979	,982	,829
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037	,014	,256	,042

a Dependent Variable: LN_MarketShare

9. Hasil Uji t

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-21,109	1,840		-11,472	,000
	LN_BOPO	-,396	,220	-,052	-1,797	,077
	LN_FDR	1,757	,292	,152	6,019	,000
	LN_DPK	,983	,023	1,062	41,843	,000
	LN_ROA	,174	,081	,061	2,133	,037

a Dependent Variable: LN_MarketShare

10. Hasil Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,246	4	26,061	621,258	,000(a)
	Residual	2,727	65	,042		
	Total	106,973	69			

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO

b Dependent Variable: LN_MarketShare

11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,987(a)	,975	,973	,20482

a Predictors: (Constant), LN_ROA, LN_DPK, LN_FDR, LN_BOPO