

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan pada Undang- Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).¹

Perkembangan bank syariah di Indonesia terlihat cukup signifikan apabila dilihat dari perkembangan nya dimulai setelah disahkannya undang-undang Perbankan Syariah pada tanggal 17 juni 2008, yakni undang- undang no. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang memberikan landasan lebih jelas bagi bank syariah. Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah hingga akhir tahun 2022 telah terbentuk 13 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah, dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Apabila sebelum tahun 2008 jumlah Bank Umum Syariah hanya 3 bank, namun menambah jumlah bank umum syariah dengan cukup signifikan.²

Bank Syariah di Indonesia sendiri terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setiap tahunnya. Dalam kurun waktu tahun 2014-2018, perbankan syariah

¹ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), UU NO 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008.

² Statistik Perbankan Syariah Desember 2022, diakses pada 6 Agustus 2024 dari www.ojk.go.id.

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.³ 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.

Market Share merupakan salah satu indikator meningkatnya kinerja pemasaran atas suatu perusahaan. *Market Share* menjelaskan penjualan sebagai presentase volume total penjualan dalam industri, market ataupun produk, pangsa pasar merupakan bagian besar pasar yang dapat diraih oleh perusahaan.⁴ *Market Share* mendeskripsikan kekuatan dari setiap bank dalam pasar. Semakin tinggi nilai pasar yang dimiliki oleh bank maka kekuatan pasarnya akan semakin besar. Hal ini mengidentikasi bahwa bank tertentu mampu bersaing dalam persaingan yang terjadi. Apabila nilai pangsa pasar kecil maka dapat dikatakan bahwa bank tersebut tidak mampu bersaing dengan bank lainnya karena tidak memiliki kekuatan untuk mengendalikan pasar yang ada.⁵

Tahun 2002 Bank Indonesia membuat inisiatif untuk pengembangan bank syariah yang ada di indonesia. Bank Indonesia mengadakan program percepatan

³ Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), dalam INSIGHT Buletin Ekonomi Syariah, INSIGHT 1, edisi kedelapan, 6 Agustus 2024.

⁴ Sesario Tri Nur Hendra dan Deny Dwi Hartomo, “Pengaruh Konsentrasi Dan Pangsa Pasar Terhadap Pengambilan Resiko Bank,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 17. No.2 (2018), hlm 35.

⁵ Rusliani Rusliani, “Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung,” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2017), 87–104.

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%.⁶ *Market Share* umumnya akan muncul pengaruhnya ketika nilainya mencapai 15%, artinya kontribusi perbankan syariah terhadap perekonomian tidak cukup signifikan pengaruhnya mengingat *Market Share* dimiliki oleh perbankan syariah masih jauh dari 15%.⁷

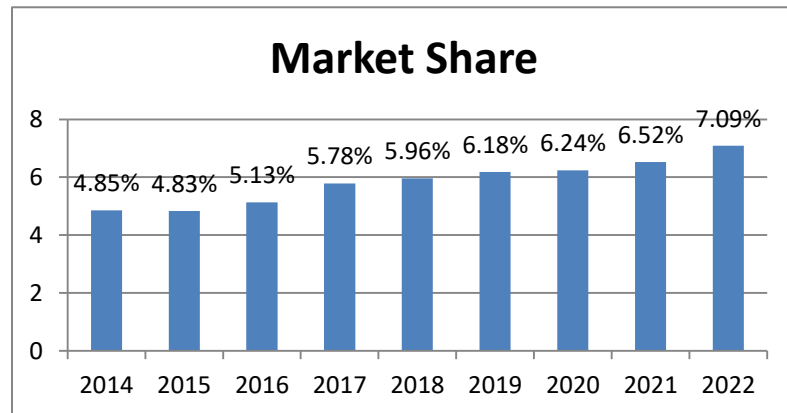
Jika dilihat dari data dari OJK sekarang dan juga tabel Perkembangan Indikator Utama Perbankan Syariah, Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) yang di buat oleh BI tidak membuat *Market Share* Perbankan Syariah yang ditargetkan mencapai 5% pada tahun 2008 dan 15% pada tahun 2015 dapat terealisasi. Menurut data OJK dalam laporan perkembangan keuangan syariah (LPKS) tahun 2022, *Market Share* perbankan syariah untuk tahun 2022 sendiri hanya mencapai angka sebesar 7,09%. Artinya, target yang ditetapkan Bank Indonesia masih jauh dari kata tercapai.⁸

⁶ Sani Noor Rohman and 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.

⁷ Mokhammad Khukaim Barkhowa dan Hardi Utomo, "Pengaruh Identitas Etis Islam Dan Market Share Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Tahun 2014-2017," *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol 7. No.1 (2019), 12–18.

⁸ Statistik Perbankan Syariah Desember 2022. diakses 6 Agustus 2024 dari www.ojk.go.id.

Adapun perkembangan *Market Share* perbankan syariah selama periode penelitian ini di jelaskan pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Agustus 2024)

Gambar 1. 1 Perkembangan Market Share Perbankan Syariah Tahun 2014- 2022

Berdasarkan gambar grafik diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2022 pangsa pasar (*market share*) baru sekitar 7,09% dari seluruh perbankan nasional, dapat dikatakan bahwa perkembangan *Market Share* perbankan syariah di Indonesia masih kecil. Dari sisi pangsa pasar, perbankan syariah di Indonesia masih jauh tertinggal dari perbankan konvensional.

Menurut Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023 menunjukkan, jumlah populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,57 juta jiwa pada tahun lalu. Populasi muslim di Indonesia tersebut setara dengan 86,79% dari populasi di Indonesia.⁹ Tentunya dengan besarnya jumlah penduduk muslim tersebut

⁹ Cindy Mutia Annur, Jumlah Populasi Muslim di Kawasan ASEAN (2022), Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/28/ini-jumlah-populasi-muslim-di-kawasan-asean-indonesia-terbanyak> pada tanggal 6 Agustus 2024.

merupakan pasar yang sangat potensial bagi perbankan syariah di Indonesia. Seharusnya *Market Share* perbankan syariah di Indonesia lebih tinggi dibanding bank konvensional, terlepas dari faktor-faktor tertentu.¹⁰

Penyebab rendahnya pergerakan *Market Share* tidak terlepas dari pengaruh faktor keuangan yang menjadi ukuran dalam sistem operasional Perbankan, maupun faktor makroekonomi Indonesia.¹¹ Menurut Erwin Saputra Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pangsa pasar dibagi menjadi dua yaitu; 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.¹² Menurut dugaan peneliti, terdapat dua faktor yang sangat menentukan. Kedua faktor tersebut adalah faktor dari kinerja keuangan dan variabel makroekonomi

Variabel kinerja keuangan tersebut terdiri dari fenomena kenaikan Total Aset dan Dana pihak ketiga (DPK) pada Perbankan Syariah. Selain itu

¹⁰ Imbuh Ludiman dan Kurniawati Mutmainah, "Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang Terdaftar di OJK Periode Maret 2017 sampai September 2019)", *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, Vol. 3. No. 2 (2020), 169–81

¹¹ Anik, Salmia, dan Iin Emy Prastiwi, "Pengaruh Faktor-Faktor Internal Dan Faktor Makroekonomi Terhadap Pangsa Pasar (Market Share) Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8. No. 2 (2022), 32–39.

¹² Erwin Saputra Siregar, "Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia," *Zhafir | Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, Vol. 1. No.1 (2019), 39–50.

rendahnya nilai *Market Share* perbankan syariah dipengaruhi oleh inflansi dan BI Rate, karena ketika harga barang dan jasa mengalami kenaikan secara terus menerus maka untuk mengendalikan inflansi tersebut dibutuhkan kebijakan moneter melalui kebijakan BI Rate. Berikut merupakan data perkembangan Total Aset, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan *Market Share* Perbankan Syariah Periode 2014-2022:

Tabel 1. 1 Perkembangan Total Aset, Dana Pihak Ketiga, Inflasi, BI Rate dan Market Share Perbankan Syariah Periode 2014-2022

Tahun	ASET	DPK	Inflasi	BI rate	Market Share
2014	Rp. 272.343	Rp. 217.858	8,36%	7,75%	4,85%
2015	Rp. 296.262	Rp. 231.175	3.25%	7,50%	4,83%
2016	Rp. 356.504	Rp. 279.335	3,02%	4,75%	5,13%
2017	Rp. 424.181	Rp. 334.719	3,61%	4,25%	5,78%
2018	Rp. 477.327	Rp. 371.828	3,13%	6,00%	5,96%
2019	Rp. 524. 564	Rp. 416.558	2,27%	5,00%	6,18%
2020	Rp. 593. 948	Rp. 465.977	1,68%	3,75%	6,24%
2021	Rp. 676.735	Rp. 536.993	1,87%	3,50%	6,52%
2022	Rp. 782. 100	Rp. 606.063	5,51%	5,50%	7,09%
	Kenaikan				
	Penurunan				

Sumber: (Statistik Perbankan Syariah, Agustus 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja keuangan total aset dan dana pihak ketiga (DPK) mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya, sedangkan variabel makroekonomi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Aset merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai ekonomi yang dapat dimiliki baik oleh individu, perusahaan,

maupun dimiliki pemerintah yang dapat dinilai secara finansial.¹³ Berdasarkan pengamatan pada tabel diatas menunjukkan perkembangan Total Aset dari tahun 2014- 2015 mengalami kenaikan. Tetapi pada tahun 2015 ketika Total aset mengalami kenaikan sebesar Rp. 296.262, *Market Share* mengalami penurunan pada tahun 2015 dari 4,85% menjadi 4,83%.

Total aset yang tinggi menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki kinerja keuangan yang baik dan mampu meningkatkan *market share*.¹⁴ Pada kinerja keuangan yang tinggi, yang menunjukkan bahwa Perbankan Syariah dengan efektif mengelola aset dan menghasilkan keuntungan. Faktor Aset ini menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Apabila profitabilitas suatu bank baik atau tinggi, masyarakat akan mempercayakan dananya untuk diinvestasikan pada suatu bank karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperoleh akan cukup menguntungkan baginya.¹⁵

Variabel Kinerja keuangan yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah kinerja Dana Pihak Ketiga (DPK). Dana masyarakat (dana pihak ketiga) adalah dana- dana yang berasal dari masyarakat, baik dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan berbagai

¹³ Sri Wahyun dan Rifki Khoirudin , *Pengantar Manajemen Aset*. (Makasar:2020) hlm 1.

¹⁴ Zulfikar Ramadhan, Sutanti Sutanti, dan Azizatul Munawaroh, “*Market Share Bank Syariah di Indonesia dan Faktor Yang Mempengaruhinya*,” *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 2022.

¹⁵ Adam Maulana, Muhammad Ariffin, dan Gen Gen Gendalasari, “Pengaruh Return On Assets Dan BOPO Terhadap Market Share Pada Bank Syariah,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9, no. 1 (2021): 167–176.

instrumen produk simpanan yang dimiliki bank.¹⁶ Pada tabel diatas menunjukkan pada tahun 2015 dana pihak ketiga (DPK) mengalami kenaikan sebesar Rp. 231.175 pada tahun 2015, lonjakan tertinggi dana pihak ketiga terjadi pada tahun 2022 sebesar Rp. 606.063. Sedangkan *Market Share* bank syariah mengalami penurunan pada tahun 2015 dari 4,85% menjadi 4,83%.

DPK menjadi unsur penting untuk mengukur kemampuan kinerja keuangan dan untuk menaikkan jumlah *Market Share* perbankan syariah di Indonesia. Dengan jumlah DPK semakin tinggi, maka semakin banyak nasabah yang menitipkan dananya di bank, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas. Dengan Profitabilitas yang meningkat, *Market Share* bank syariah pun akan mengalami kenaikan.¹⁷ Sedangkan jika volume dana pihak ketiga (DPK) menurun maka dapat dikatakan bahwa bank tersebut memiliki kualitas yang kurang baik sehingga masyarakat kurang percaya terhadap bank tersebut.¹⁸

Faktor makroekonomi seperti inflansi dan Bi Rate harus diteliti karena selain dari pada kinerja keuangan faktor makroekonomi dapat memiliki dampak terhadap stabilitas bagi perbankan syariah, dimana dengan tingkat inflansi yang tinggi dapat mempengaruhi alokasi kredit dan pembiayaan, serta

¹⁶ Abdul Aziz Ayus Ahmad Yusuf, *Manajemen Operasional Bank Syariah* ,(Cirebon. STAIN Press, 2009), hlm 50.

¹⁷ Indah Sari dan Esy Nur Aisyah, "Pengaruh Financing To Deposit Ratio (Fdr), Profit Sharing Ratio (Psr), Zakat Performance Ratio (Zpr), Dan Dana Pihak Ketiga (Dpk) Terhadap Market Share Dengan Return on Asset (Roa) Sebagai Variabel Mediasi," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2765–2777.

¹⁸ Ayif Fathur Rahman dan Yuyun Setiawansi, "Analisis Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7 No. 1 (2021), hlm. 154 .

meningkatkan biaya operasional bank, yang pada akhirnya dapat menurunkan profitabilitas bank dan menurunkan market share. Sedangkan Faktor makroekonomi Suku bunga dapat mempengaruhi biaya bunga dan kemampuan bank untuk memberikan pinjaman yang menguntungkan, serta mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Dengan demikian, penelitian tentang faktor makroekonomi terhadap *Market Share* sangat penting untuk memahami bagaimana perubahan dalam kondisi ekonomi dapat mempengaruhi kinerja dan stabilitas perbankan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.¹⁹

Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia seperti terjadinya inflasi tidak terlepas dari perkembangan *Market Share* aset perbankan syariah, karena inflasi menggambarkan kondisi ekonomi secara nasional.²⁰ Inflasi merupakan suatu keadaan dimana tingkat harga secara umum (*price level*) cenderung meningkat.²¹ Pada tabel di atas memperlihatkan inflasi di Indonesia pada tahun 2014-2022 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2017 ketika inflasi mengalami kenaikan sebesar 3,61% justru nilai *Market Share* pada

¹⁹ Muh Khairul Fatihin, Eko Siswahto, dan Sulistya Rusgianto, "Dampak Makro Ekonomi dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia" XXV, no. 01 (2020): 51–65.

²⁰ Erwin Putra Siregar, "Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia." *"Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah Di Indonesia,"* Zhafir, *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, hlm. 47.

²¹ Sukanto, "Fenomena Inflasi, Penganguran Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia: Pendekatan Kurva Philips Dan Hukum Okun," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3 No 2 (2015), hlm. 32.

tahun 2017 mengalami kenaikan padahal ketika inflasi mengalami kenaikan seharusnya *Market Share* mengalami penurunan.

Inflasi yang meningkat akan menyebabkan nasabah akan menarik dana dari bank untuk memenuhi kebutuhan akibat meningkatnya harga barang dan jasa serta nilai mata uang rupiah yang menurun untuk memenuhi kebutuhan mereka, sehingga keinginan masyarakat untuk menyimpan dananya pada bank akan menurun. Hal ini dapat mempengaruhi pembiayaan bank, sehingga penyaluran pembiayaan akan menurun dan menjadikan pendapatan, keuntungan dan posisi *Market Share* menurun²² Sebaliknya inflasi yang rendah dan stabil dapat menjadi prasyarat bagi pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Variabel makroekonomi yang harus diperhatikan selanjutnya adalah Bi Rate. Pada pertengahan 2016, Bank Indonesia menetapkan suku bunga kebijakan baru sebagai pengganti suku bunga acuan yang lama yaitu BI Rate. Instrumen BI-7- Day (*Reverse*) *Repo Rate* (BI7DRR) dipakai sebagai suku bunga kebijakan baru karena dianggap lebih cepat mempengaruhi kondisi pasar uang, perbankan dan sektor riil²³. Berikut merupakan perkembangan BI

Pada Tabel di atas memperlihatkan bahwa pada tahun 2014- 2015 BI Rate mengalami fluktuasi setiap tahunnya. BI 7-Days (*Reverse*) *Repo Rate*

²² Idris Saleh, "Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Inflasi Terhadap Return On Asset Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia", *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol. 2.No. 2 (2021), hlm. 25.

²³ BankBI 7-Day (Reserve Repo Rate Indonesia, <https://www.bi.go.id/fungsiutama/moneter/bi-7day-rr/default.aspx>). Diakses pada tanggal 06 Agustus 2024.

(BI7DRR) pada tahun 2018 mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 6,00%, sedangkan *Market Share* perbankan syariah mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Seharusnya ketika BI Rate mengalami kenaikan *Market Share* mengalami penurunan. Kenaikan dan penurunan tingkat suku bunga Bank Indonesia maka akan cenderung diikuti juga oleh naiknya tingkat suku bunga simpanan dan pinjaman pada bank konvensional, yang kemudian dapat mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga bank syariah, baik langsung maupun tidak langsung. Sehingga, jika tingkat suku bunga lebih tinggi dari tingkat bagi hasil maka nasabah memilih untuk menyimpan dananya di bank konvensional dan sebaliknya jika tingkat bagi hasil lebih besar dari tingkat suku bunga maka nasabah memilih untuk menyimpan dananya di bank, dengan adanya hal tersebut dapat mempengaruhi besar kecilnya nilai suatu *Market Share* yang dimiliki perbankan syariah khususnya.

Beberapa riset tentang pengaruh total aset, dana pihak ketiga (DPK), menurut Laila Nur Sabilah menyimpulkan bahwa secara simultan variabel dana pihak ketiga (DPK), pembiayaan dan aset secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* perbankan syariah.²⁴ Penelitian Mayang Sari Ritonga dkk, menyimpulkan bahwa inflasi dan tingkat suku bunga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

²⁴ Laila Nur Sabillah, "Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Pembiayaan Terhadap Market Share Pada Bank Umum Syariah Melalui Asset Sebagai Variabel Intevening Dari Tahun 2017-2021", *Jurnal Masharif al-Syariah*, Vol.8. No. 2 (2023) hlm. 9 .

Market Share secara simultan pada Bank Umum Syariah Periode 2017-2021.²⁵ Namun masih terdapat inkonsistensi dari riset yang dilakukan oleh Nurul Hidayah yang menyimpulkan bahwa secara parsial variabel Inflansi dan Bi Rate berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Market Share* Bank Umum Syariah dan Unit-Unit Usaha Syariah.²⁶

Berdasarkan pemaparan diatas, bahwa terdapat fenomena mengenai kinerja keuangan dan variabel makroekonomi yang tidak sesuai dengan teori dan hasil penelitian terdahulu yang dikaitkan dengan variabel *Market Share* di perbankan syariah. Oleh karena itu, menarik apabila dilakukan riset terbaru mengenai variabel kinerja keuangan dan variabel makroekonomi yang dikaitkan dengan *Market Share* di Perbankan Syariah. Penelitian ini dilakukan di Perbankan Syariah Indonesia dengan menggunakan data kurun waktu 9 tahun terakhir yang diawali pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2022.

Dilihat dari fenomena yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Kinerja Keuangan dan Makroekonomi Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Di Indonesia periode 2014-2022”**.

²⁵ Mayang Sari Ritonga, Muhammad Arif, dan Nurul Janah, "Pengaruh Inflasi dan Tingkat Suku Bunga terhadap Market Share dengan Dana Pihak Ketiga Sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah di Indonesia: Studi Kasus Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2017-2021", *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, Vol. 2 No. 2 (2023), 267–83.

²⁶ Nurul Hidayah, “Pengaruh Inflasi Dan Bi Rate Terhadap Market Share Dengan Dana Pihak Ketiga (Dpk) Sebagai Variabel Intervening (Studi Studi Bank Umum Syariah (BUS) Dan Unit Usaha Syariah (UUS) Di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi*, Vol. 9 No. 1 (2021).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh total aset terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022?
2. Apakah terdapat pengaruh dana pihak ketiga (DPK) terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022?
3. Apakah terdapat pengaruh inflasi terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022?
4. Apakah terdapat pengaruh Bi Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022?
5. Apakah terdapat pengaruh total aset, dana pihak ketiga (DPK), inflasi dan Bi Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh total aset terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022
2. Untuk mengetahui pengaruh dana pihak ketiga (DPK) terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022

3. Untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022
4. Untuk mengetahui pengaruh Bi Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022
5. Untuk mengetahui pengaruh total aset, dana pihak ketiga (DPK), inflansi dan Bi Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2022

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Mengembangkan teori ekonomi islam. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan teori ekonomi Islam berkenaan dengan *Market Share* perbankan syariah.
 - b. Kontribusi pada pengetahuan akademik. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti dan akademik yang tertarik pada studi ekonomi Islam berkenaan dengan *Market Share* perbankan syariah
 - c. Pengembangan model ekonomi. Penelitian ini dapat membantu pengembangan model ekonomi yang lebih akurat dan relevan
2. Kegunaan praktis
 - a. Manajemen strategi dan pengambilan keputusan. Perbankan Syariah dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengelola dan

mengembangkan hasil penelitian dan mengembangkan strategi manajemen strategi terkait dengan kondisi kinerja keuangan dan makroekonomi.

b. Regulasi dan kebijakan publik, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pembuat regulasi dan kebijakan publik untuk dapat memahami dampak kebijakan moneter yang diterapkan pada sektor keuangan syariah.

3. Kegunaan Umum

Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit-Unit Syariah (UUS) harus lebih memahami faktor kinerja keuangan dan makroekonomi dapat mempengaruhi *market share*. Penelitian ini juga dapat membantu Perbankan Syariah di Indonesia dalam mengambil keputusan yang bijak.