

**ANALISIS DETERMINAN *MARKET SHARE* DENGAN
RETURN ON ASSET SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA
PERIODE 2015-2019)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata II
pada jurusan Magister Akuntansi Sekolah Pascasarjana**

Oleh :

LAGIYO

W100190020

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS DETERMINAN *MARKET SHARE* DENGAN *RETURN ON ASSET* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015-2019)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

LAGIYO

W100190020

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1



Dr. Fatchan Achayani, S.E., M.Si
NIDN : 0614086801

Dosen Pembimbing 2



Dr. Erma Setiawati, S.E., M.M
NIDN : 0610106401

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS DETERMINAN *MARKET SHARE* DENGAN *RETURN ON ASSET* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris Pada Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015-2019)

oleh :

Lagiyo

W100190020

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat, 27 Agustus 2021

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. Dr. Fatchan Achayani, S.E., M.Si

(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Dr. Erma Setiawati, S.E., M.M

(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Dr. Rina Trisnawati, S.E., M.Si., Ph.D.CA

(Anggota II Dewan Penguji)

()

Mengetahui,

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,




Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd

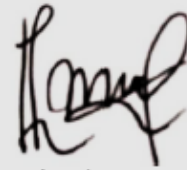
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar ke Pascasarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 27 Agustus 2021

Penulis



(Lagiyo)

NIM : W100190020

**ANALISIS DETERMINAN *MARKET SHARE* DENGAN *RETURN ON ASSET* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015-2019)**

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Determinan *Market share* dengan *Return On Asset* sebagai variabel moderasi pada bank umum syariah di Indonesia periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan variabel independen *Deposito Mudharabah* (DM), Tingkat Bagi Hasil (TBH), *Non Performing Financing* (NPF), dengan *Return On Asset* (ROA) sebagai Variabel Moderasi. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah *Market share*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan seluruh data sekunder yang bersumber dari publikasi OJK berupa laporan bulanan statistik bank umum syariah dan bank nasional. Diperoleh 60 data bulanan dari semua bank umum syariah periode 2015-2019 sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Deposito Mudharabah* (DM), Tingkat Bagi Hasil (TBH), dan *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Adapun variabel moderasi ROA secara signifikan dapat memoderasi TBH dan NPF terhadap *market share* sedangkan ROA tidak memoderasi DM terhadap *market share*.

Kata Kunci : *market share*, *roa*, *npf*, *deposito mudharabah*, tingkat bagi hasil.

Abstract

The purpose of this study was to determine the determinant of *market share* expected in early *return on assets* as variabel moderation in Islamic banks in Indonesia period 2015-2019. This study uses independent variables *Mudharabah Deposits* (DM), *Profit Sharing Rate* (TBH), *Non Performing Financing* (NPF), with *Return On Asset* (ROA) as a Moderation Variable. The dependent variable in this study is *Market share*. This type of research is quantitative with sampling techniques using all secondary data sourced from OJK publications in the form of statistical monthly reports of Islamic commercial banks and national banks. Obtained 60 monthly data from all Islamic commercial banks for the 2015-2019 period as a research sample. The data analysis method used is multiple linear regression using SPSS version 24 software. The results showed that partially the *Mudharabah Deposit* (DM), *Profit Sharing Rate* (TBH), and *Non Performing Financing* (NPF) variables had a significant effect on *market share*. The moderating variable ROA can significantly moderate TBH and NPF on *market share*, while ROA does not moderate DM to *market share*.

Keywords : *market share*, *roa*, *npf*, *mudharabah deposit*, profit sharing rate.

1. PENDAHULUAN

Bank di Indonesia terbagi dalam dua kelompok yaitu Bank berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah, mayoritas bank yang berkembang di Indonesia adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Sedangkan bank berdasarkan prinsip syariah masih tergolong baru dan belum lama berkembang di Indonesia karena selama ini sistem perbankan yang berkembang di Indonesia adalah sistem kapitalis dan sosialisme yang mengacu pada sekularisme yang sebenarnya bertentangan dengan Islam. Meskipun di Indonesia adalah mayoritas berpenduduk muslim bahkan yang terbesar di dunia tetapi ironisnya prinsip yang berdasarkan syariah Islam terutama bidang perbankan dalam hal ini bank syariah masih belum berkembang seperti bank konvensional.

Bank konvensional lebih menguasai pasar perbankan nasional dengan jumlah kantor yang lebih banyak dan aset yang lebih besar tentunya. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Hal ini merupakan faktor yang penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia yang terwujud dalam perbankan syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting dalam aktivitas industri keuangan yang sesuai syariat Islam di Indonesia yang saat ini mengalami peningkatan yang signifikan. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Menurut Rachmadi Usman (2012) “Bank syariah atau bank Islam adalah badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Al Qur’an dan Al Hadist”.

Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak akan ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna, dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional. Perbedaan pencapaian laba antara bank konvensional dan bank syariah menjadikan penyajian laporan keuangan juga berbeda. Baridwan mengemukakan bahwa: "Laporan keuangan merupakan bagian dari ringkasan proses pencatatan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan, yang dibuat oleh manajemen untuk tujuan pertanggungjawaban yang dibebankan oleh para pemilik perusahaan". Bank Syariah dalam melayani masyarakat, terutama masyarakat muslim, bank syariah menyediakan berbagai macam produk perbankan. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Bank syariah menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Selain memiliki fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat juga menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal. Sumber baitul mal berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat. Komunikasi yang efektif sangat diperlukan sebagai alat promosi kepada masyarakat dalam rangka memaksimalkan fungsi utama bank syariah, yaitu penghimpunan dan penyaluran dana untuk mengembangkan potensi perbankan syariah itu sendiri. Keberadaan perbankan syariah ini berperan penting dalam perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia.

Bank syariah di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, hal ini dikarenakan beberapa faktor yang mendukung, faktor-faktor tersebut meliputi: Pertama, penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Kedua, komitmen dan dukungan dari pemerintah, khususnya otoritas perbankan (Bank Indonesia). Hal ini dapat dilihat pada (1) diberlakukannya UU No. 7 tahun 1992 dan PP No. 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil yang memberi peluang berdirinya bank bagi hasil dan (2) diberlakukannya UU Nomor 10 tahun 1998 dan Sk Dir. BI No. 32/34Kep/Dir tanggal 12 Mei 1999 tentang

Bank Umum berdasarkan prinsip syariah bagi hasil dan nomor 32/36/Kep/Dir/1999 tentang BPR. Jumlah bank syariah di Indonesia sampai tahun 2016 terdapat 13 BUS, 21 UUS, dan 165 BPRS. Keberadaan lembaga keuangan syariah (bank syariah) ini menjadi bukti bahwa konsep ekonomi Islam adalah konsep realistis untuk diimplementasikan dan diterima oleh banyak negara.

Dilihat dari kacamata Islam kegiatan ekonomi tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi harus memiliki nilai ibadah. Sistem ekonomi Islam mengabdikan kepada persaudaraan umat manusia yang disertai keadilan ekonomi dan sosial serta distribusi pendapatan yang adil. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan perantara keuangan dari pihak-pihak yang kelebihan dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, di antara prinsip-prinsip tersebut yang paling utama adalah tidak diperkenankannya perbankan untuk meminta atau memberikan bunga kepada nasabahnya.

Hampir disemua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik lembaga maupun perorangan, baik sosial atau perusahaan. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan urat nadi untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara, sebagaimana dikemukakan oleh Kasmir bahwa “Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”.

Perkembangan perbankan syariah lebih cepat dan lebih kokoh eksistensinya setelah disahkan 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. Meskipun perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini tergolong cepat, namun *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional masih rendah.

Market share atau pangsa pasar merupakan indikator tentang posisi perusahaan terhadap kompetitornya. Perbankan syariah seharusnya menguasai pangsa pasar dimana dengan potensi pasar yang ada di Indonesia, aset 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 perbankan Indonesia belum menjadi solusi bagi permasalahan ekonomi nasional sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, dalam rangka menghadapi perdagangan global yang semakin terbuka dan dibutuhkan *market share* yang besar sehingga perbankan syariah mempunyai daya saing

Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah yaitu dengan mengidentifikasi faktor potensial pengembangan perbankan syariah serta menganalisis indikator penentu perkembangan *market share* perbankan syariah. Perkembangan *market share* atau pangsa pasar perbankan syariah tidak terlepas dari pengaruh indikator keuangan yang menjadi parameter dalam operasional perbankan. Berbagai indikator dalam kinerja keuangan bank pada dasarnya mencerminkan kinerja keuangan bank dalam menjalankan kegiatannya, indikator-indikator kinerja keuangan perbankan yang mengukur seberapa besar kemampuan bank dalam mengelola keuangannya dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari internal maupun eksternal perbankan. Karna perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga maka indikator keuangan yang digunakan dalam perkembangna *market share* diantaranya : *Deposito Mudharabah* (DM), *Tingkat Bagi Hasil* (TBH), *Non Performing Financing* (NPF), sedangkan profitabilitasnya biasanya dapat diukur dengan indikator *return on assets* (ROA).

ROA adalah rasio digunakan untuk mengukur profitabilitas bank, apabila profitabilitas suatu bank memiliki peningkatan signifikan maka masyarakat akan mempercayakan dananya dibank tersebut karena mereka akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya. Oleh karena itu, semakin besar ROA suatu bank, akan meningkatkan *market share* bank tersebut dan semakin baik kinerja bank tersebut (Saputra, 2014: 124). Hasil

penelitian Fatihin dan Siswahto (2020) menyimpulkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap market share perbankan syariah dalam jangka pendek. Salah satu penilaian utama perusahaan adalah tingkat keuntungan. Hal yang sama juga berlaku dalam perbankan syari'ah. Perbankan syariah yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi akan mendapatkan kepercayaan masyarakat karena bagi hasil yang diberikan sesuai dengan ekspektasi yang dibutuhkan. Sedangkan hasil riset Fatihin dan Hadi (2018) menyimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan. Maka perlu dilakukan kajian ulang pengaruh ROA terhadap *market share* bank syariah.

Deposito *mudharabah* memegang peranan penting dalam dana pihak ketiga karena dana deposito digunakan untuk investasi kembali yang akan memberikan keuntungan pada bank. Kelemahan yang memicu lambatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia adalah hanya memfokuskan pada fungsi sebagai bank komersial biasa dan tidak memaksimalkan fungsi sebagai bank investasi sebagai program untuk pengembangan usaha perbankan syariah. Perbankan syariah lebih cenderung untuk melakukan pembiayaan jangka pendek semata. Di sisi lain produk simpanan yang dikembangkan oleh bank syariah juga sangat terbatas. Misalnya adalah deposito *mudharabah* yang merupakan investasi sesuai dengan syariah Islam. Dengan potensi jumlah penduduk muslim terbesar dunia perbankan syariah di Indonesia tentunya mempunyai pangsa pasar yang besar untuk meningkatkan investasi dari masyarakat berupa deposito *mudharabah*. Peningkatan deposito *mudharabah* pada perbankan syariah akan mempengaruhi kinerja keuangan yang tercermin dalam peningkatan ROA sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan pangsa pasar atau market share perbankan syariah yang ada. Hasil penelitian Astasia (2012), Reza (2019) menunjukkan bahwa deposito *mudharabah* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah. Selain itu, dana deposito cenderung tetap dalam jangka waktu tertentu dibandingkan tabungan. Jika nasabah membuka deposito *mudharabah* dalam jangka waktu yang lama maka dapat meningkatkan porsi pembiayaan untuk investasi (pembiayaan bagi hasil) sehingga pangsa perbankan syariah akan naik.

Dalam perbankan syariah tidak menganut sistem bunga tetapi menggunakan tingkat bagi hasil atau nisbah. Hasil penelitian Nurani Purboastuti (2015) menyimpulkan bahwa tingkat bagi hasil atau nisbah berpengaruh negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia, berarti jika terjadi peningkatan terhadap bagi hasil atau nisbah maka akan menurunkan market share perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil (nisbah) berpengaruh terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia meskipun relatif kecil. Ludiman dan Mutmainah (2020) yang menyatakan bahwa tingkat bagi hasil atau nisbah berpengaruh positif terhadap *market share*. Hasil penelitian Arif dan Hanifah (2017) mengatakan bahwa variabel tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap variabel deposito mudharabah begitu juga dengan Rismawati (2014) mengatakan sistem bagi hasil deposito mudharabah ini berpengaruh secara positif dalam minat para nasabah untuk berinvestasi pada deposito mudharabah. Diyanto (2015) bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap deposito mudharabah. Muliawati (2015) variabel bagi hasil yang memiliki pengaruh signifikan terhadap deposito mudharabah. Namun, menurut Novianto (2013) variabel tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap variabel deposito mudharabah sehingga diduga tidak berpengaruh terhadap market share pada bank syariah.

Tingkat kesehatan pembiayaan (NPF) ikut mempengaruhi peningkatan pangsa pasar bank. Adanya pembiayaan bermasalah yang besar dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan untuk memperoleh pendapatan dari pembiayaan yang diberikan sehingga berpengaruh buruk pada *market share*. Penelitian Bambang Saputra (2014) menyimpulkan bahwa *NPF berpengaruh signifikan negatif terhadap Market Share*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya pembiayaan bermasalah membuat bank syariah tidak berani meningkatkan penyaluran pembiayaannya apalagi bila dana pihak ketiga tidak dapat dicapai secara optimal maka dapat mengganggu likuiditas suatu bank. Pengelolaan pembiayaan sangat diperlukan oleh bank, mengingat fungsi pembiayaan sebagai penyumbang pendapatan terbesar bagi bank syariah.

Rasio *Non Performing Financing* (NPF) merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan tingkat pembiayaan bermasalah pada bank syariah. Rasio NPF mencerminkan jumlah kredit yang bermasalah dan kemungkinan tidak tertagih. Tingkat kesehatan perbankan syariah akan dapat mempengaruhi pencapaian *market share* suatu bank. Masyarakat akan merasa aman dalam menempatkan dananya pada bank syariah karena dikelola dengan baik. Pengelolaan pembiayaan sangat diperlukan oleh perbankan syariah, karena fungsi pembiayaan sebagai sumber pendapatan bagi bank syariah guna memperoleh profit yang lebih besar. Pengawasan bank sentral Indonesia memberikan ketentuan ukuran penilaian tingkat kesehatan bank mengenai NPF kurang dari 5%. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan kualitas pembiayaan bank syariah semakin buruk.

Dengan tingkat NPF yang rendah diharapkan dapat meningkatkan market share bank syariah. Secara umum, semakin meningkatnya rasio dari NPF maka pengaruhnya terhadap market akan semakin menurun dan sebaliknya. Hasil riset terdahulu diantaranya penelitian Aulia Rahman (2016) menyatakan bahwa variabel NPF mempengaruhi *market share* bank syariah lebih dominan dalam jangka waktu yang panjang, dimana NPF memiliki hubungan kasualitas dengan *market share* bank syariah. Dari hasil uji impulse response function terlihat bahwa *market share* merespon positif guncangan NPF, sedangkan NPF merespon negative guncangan *market share*. Sedangkan Imbuh Ludiman dan Kurniawati Mutmainah (2020) menyimpulkan bahwa NPF memiliki efek negatif yang signifikan terhadap *market share* bank syariah. Maka perlu dilakukan kajian lanjutan tentang pengaruh NPF terhadap *market share* bank

Perbedaan utama dari penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah adanya variabel ROA sebagai variabel moderating terhadap *market share*, hal ini berbeda dengan penelitian Eliana at all (2020), Ludiman dan Kurniawati (2020) yang tidak menggunakan variabel moderating tetapi memasukkan ROA sebagai variabel independen. *Return On Asset* (ROA) yang menjadi variabel moderating terhadap *market share* dengan pertimbangan bahwa ROA adalah ukuran yang probabilitas untuk menilai kinerja keuangan sebuah bank, serta ketidakpastian

(*contingency*) variabel-variabel yang mempengaruhi *market share*. Adanya fenomena *research gap* dari penelitian sebelumnya yang memperoleh hasil dan penggunaan variabel independen yang berbeda-beda, sehingga dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk menggunakan variabel independen yang disesuaikan dengan prinsip perbankan syariah yang tidak memakai sistem bunga. Untuk itu penulis menggunakan variabel independen dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan prinsip perbankan syariah yaitu *Deposito Mudharabah* (DM), Tingkat Bagi Hasil (TBH), *Non Performing Financing* (NPF). Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh ROA terhadap *market share* sekaligus menguji kemampuan ROA untuk memoderasi variabel *Deposito Mudharabah*, Tingkat Bagi Hasil, *Non Performing Financing* terhadap *market share* pada perbankan syariah di Indonesia. Selain itu perbedaan penelitian ini dari penelitian yang lain adalah penelitian ini menggunakan sampel dari perbankan syariah yang terdaftar di OJK periode 2015-2019.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut penelitian dengan judul: ***“Analisis Determinan Market Share dengan Return On Asset Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia”***

2. METODE

Jenis penelitian penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *explanatory research*. Pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan studi pustaka. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh*, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Jadi, total sampel pada penelitian ini adalah data statistik bulanan perbankan syariah dan perbankan nasional yaitu 12 bulan selama 5 tahun sehingga didapat 60 data pengamatan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan bantuan software *SPSS versi 24* yang dijalankan dengan media komputer. Analisis dalam penelitian ini selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda

untuk mengetahui hubungan pengaruh variabel independen yaitu, *Deposito Mudharabah*, Tingkat Bagi Hasil, *Non Performing Financing* terhadap *market share* serta pengaruh ROA memoderasi, *Non Performing Financing*, *Deposito Mudharabah*, Tingkat Bagi Hasil terhadap *market share*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Keterangan	Unstandardized Residual	Kesimpulan
Kolmogorov-Smirnov Test	0,094	Berdistribusi Normal
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	
Data diolah 2021		

Berdasarkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* seperti tersaji tabel diatas menunjukkan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal yang dibuktikan dengan asym sig sebesar $0,200 > 0,05$. Hal ini berarti H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi normal. Oleh karena data penelitian telah terdistribusi normal, maka data dapat digunakan dalam pengujian dengan model regresi berganda.

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 berikut ini.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

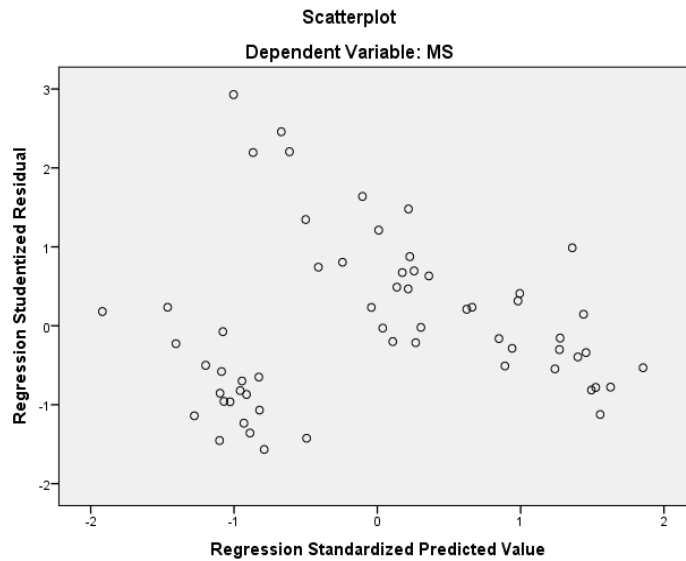
Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
DM	0,925	1,080	Tidak terjadi multikolonieritas
TBH	0,666	1,501	Tidak terjadi multikolonieritas
NPF	0,181	5,518	Tidak terjadi multikolonieritas
ROA	0,197	5,069	Tidak terjadi multikolonieritas

Data diolah 2021

Variabel Moderating : *Return On Asset (ROA)*

Berdasarkan output pada *coefficients* dalam tabel di atas, ketiga variabel independent DM, TBH, NPF dan ROA sebagai variabel moderasi menunjukkan angka VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas. Maka model regresi yang ada, layak untuk di pakai.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2006). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar *Scatterplot*, seperti pada gambar di bawah ini:



Sumber: Hasil Output Data SPSS
Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tampilan pada Scatterplot dalam gambar 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. Analisis dengan grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh sebab itu diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil.

Tabel 3 Hasil uji regresi linier berganda

Variabel Independen	Variabel Dependen				Jenis Moderasi
	Market Share				
Panel Model Penelitian	Coefficient	t statistic	Sig.	Keterangan	
	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 1				
(Constan)	3,357	5,287	0,000		
DM	0,016	1,820	0,074	H1 ditolak	
TBH	-1,669	-0,424	0,673	H2 ditolak	
NPF	-0,154	-2,875	0,006	H3 diterima	
ROA	0,162	1,630	0,109		

F test	25,144				
Sig.	0,000				
R ²	0,646				
Adjusted R ²	0,621				
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 2					
(Constan)	3,379	2,476	0,017		
DM	0,043	2,111	0,040	H1 diterima	
TBH	-2,208	-2,173	0,034	H2 diterima	
NPF	-0,429	-4,326	0,000	H3 diterima	
ROA	0,863	0,726	0,471		
Moderasi1	-0,035	-1,746	0,087	H4a ditolak	Predictor Moderasi
Moderasi2	2,062	2,308	0,025	H4b diterima	Quasi Moderasi
Moderasi3	0,233	3,307	0,002	H4c diterima	Quasi Moderasi
F test	18,879				
Sig.	0,000				
R ²	0,718				
Adjusted R ²	0,680				

Sumber: Hasil Output Data SPSS Diolah

Model penelitian yang digunakan untuk persamaan 1 regresi linier berganda adalah:

$$MS = \alpha + \beta_1 DM + \beta_2 TBH + \beta_3 NPF + \beta_4 ROA + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

MS = *Market Share*

e = eror

Z = *Return On Asset (ROA)*

X1 = *Deposito Mudharabah (DM)*

X2 = *Tingkat Bagi Hasil (TBH)*

X3 = *Non Performing Financing (NPF)*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Regresi linier berganda persamaan 1

$$MS = 3,357 + 0,016 DM - 1,669 TBH - 0,154 NPF + 0,162 ROA + \varepsilon$$

Sedangkan pada model regresi linier berganda persamaan 2 adalah sebagai berikut:

$$MS = \alpha + \beta_1 DM + \beta_2 TBH + \beta_3 NPF + \beta_4 ROA + \beta_5 DM * ROA + \beta_6 TBH * ROA + \beta_7 NPF * ROA + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

Regresi linier berganda persamaan 2 dengan variabel moderasi ROA

$$MS = 3,379 + 0,043 DM - 2,208 TBH - 0,429 NPF + 0,863 ROA - 0,035 DM_ROA + 2,062 TBH_ROA + 0,233 NPF_ROA + \varepsilon \dots\dots\dots(3)$$

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dijabarkan sebagai berikut : (a) Besarnya constanta regresi linier berganda persamaan 1 sebesar 3,357 dan persamaan 2 sebesar 3,379 menyatakan apabila seluruh variabel independen yaitu DM (X1), TBH (X2), dan NPF (X3), sama dengan nol maka besarnya *Market Share* (Y) sama dengan besarnya konstanta yaitu 3,357 pada persamaan 1 dan 3,379 pada persamaan 2. (b) Koefisien regresi DM dengan nilai koefisien sebesar 0,016 pada persamaan 1 dan 0,043 pada persamaan 2 serta bernilai positif berarti apabila nilai DM meningkat 1 % maka akan meningkatkan nilai *Market Share* sebesar 1,6 %, untuk persamaan 1 dan 4,3 % pada persamaan 2 begitu pula sebaliknya. (c) Koefisien regresi TBH dengan nilai koefisien sebesar -1,669 persamaan 1 dan - 2,208 persamaan 2 serta bernilai negatif berarti apabila nilai TBH menurun 1 % maka akan menurunkan nilai *Market Share* sebesar 166,9 %, dipersamaan 1 dan sebesar 220,8 dipersamaan 2 begitu pula sebaliknya. (d) Koefisien regresi NPF dengan nilai koefisien sebesar - 0,154 pada persamaan 1 dan - 0,429 serta bernilai negatif berarti apabila nilai NPF menurun 1 % maka akan menurunkan nilai *Market Share* sebesar 15,4 %, dipersamaan 1 dan sebesar 42,9 % pada persamaan 2 begitu pula sebaliknya.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa DM pada periode penelitian memiliki pengaruh terhadap *market share* secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,040 kurang dari α (0,05) H1 diterima variabel *Deposito Mudharabah* (DM) berpengaruh positif signifikan terhadap *market share*. Jika nasabah membuka *deposito mudharabah* dalam jangka waktu yang lama maka dapat meningkatkan porsi pembiayaan untuk investasi (pembiayaan bagi hasil)

sehingga *market share* perbankan syariah meningkat. Peningkatan deposito *mudharabah* dari kepercayaan masyarakat menempatkan dananya pada perbankan syariah mampu meningkatkan pangsa pasar atau *market share* perbankan syariah tersebut.

Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Astasia (2012), Reza (2019) yang menunjukkan bahwa deposito *mudharabah* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah. Adanya kepercayaan masyarakat yang mempercayakan dananya kepada bank syariah berupa deposito *mudharabah* dapat memacu pihak perbankan untuk memanfaatkannya agar lebih mendapatkan hasil berupa keuntungan atau profit yang semakin meningkat sehingga dapat mengembangkan kemajuan perbankan syariah tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat Bagi Hasil (TBH) berpengaruh terhadap *market share* secara signifikan dengan arah hubungan yang negatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,034 kurang dari α (0,05) H2 diterima. Artinya tingkat bagi hasil berpengaruh negatif terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini dikarenakan pemberian tingkat bagi hasil yang tinggi tidak sesuai dengan prinsip syariah yang adil sesuai porsinya sehingga akan menurunkan *market share* bank syariah. Pemberian tingkat bagi hasil yang tinggi akan mengurangi keuntungan bank tersebut, karna pada dasarnya nasabah tidak mengharapkan adanya tingkat bagi hasil yang tinggi tapi lebih mengutamakan prinsip syariah.

Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Nurani Purboastuti (2015) yang menyimpulkan bahwa tingkat bagi hasil atau nisbah berpengaruh negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ludiman dan Mutmainah (2020) yang menyatakan bahwa tingkat bagi hasil atau nisbah berpengaruh positif terhadap *market share*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil (nisbah) berpengaruh terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Dengan adanya pembagian tingkat bagi hasil yang memadai sebagai imbas dari baiknya pengelolaan kinerja keuangan dari manajemen bank syariah, hal ini mampu untuk menarik minat para pelanggan untuk lebih percaya kepada

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA tidak memoderasi hubungan antara *Deposito Mudharabah* (DM) dengan terhadap *Market Share*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,087 lebih dari α (0,05) H_{4a} ditolak. Artinya ROA tidak memoderasi pengaruh *Deposito Mudharabah* terhadap *Market Share*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatihin dan Hadi (2018) Kristanti et al (2019), Setyowati et al (2019)

Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa peningkatan deposito *mudharabah* pada perbankan syariah tidak mempengaruhi kinerja keuangan yang tercermin dalam peningkatan ROA sehingga tidak dapat meningkatkan pangsa pasar atau market share perbankan syariah yang ada. Demikian juga sebaliknya semakin besar ROA belum mampu untuk meningkatkan tingkat deposito *mudharabah* sehingga tidak berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA memoderasi hubungan antara Tingkat Bagi Hasil (TBH) dengan *market share* secara signifikan positif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,025 kurang dari α (0,05) berarti terdapat hubungan yang signifikan, dengan kata lain menerima H_{4b} atau menolak H_0 .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurkhotimah (2017) Harjito et al (2017), Siregar (2017), dan Sandy (2017) dan Ludiman dan Mutmainah (2020). Kinerja ROA yang baik sehingga dapat mendorong tingkat pengembalian berupa bagi hasil kepada pelanggan sehingga dapat berpengaruh terhadap market share atau pangsa pasar pada bank syariah yang semakin meningkat karena meningkatnya tingkat bagi hasil sebagai imbas dari kinerja ROA yang semakin meningkat.

Jadi penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ROA dapat memoderasi Tingkat Bagi Hasil (TBH) terhadap *market share*, sehingga semakin tinggi ROA berarti tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah akan semakin besar pula sehingga *market share* akan semakin meningkat. Bagi hasil dalam sistem

perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan. Jika laba dari perbankan yang dihasilkan meningkat yang cermin dari tingkat ROA, maka akan berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil atau nisbah yang diberikan oleh bank kepada nasabah sehingga akan dapat meningkatkan market share bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA memoderasi hubungan antara *Non Performing Financing* (NPF) dengan *market share* secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,002 kurang dari α (0,05) berarti terdapat pengaruh yang signifikan, dengan kata lain menerima H_4c atau menolak H_0 . Pengelolaan kinerja keuangan yang baik mampu meminimalkan atau memperlemah resiko NPF sehingga dapat meningkatkan market share, dengan kinerja keuangan yang baik yang tercermin dari peningkatan ROA mampu mengurangi resiko NPF sehingga dapat meningkatkan market share bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2016), Sandy (2017) dan Ludiman dan Mutmainah (2020). Adanya pengurangan resiko dari NPF sebagai imbas dari pengelolaan keuangan yang baik dengan terciptanya tingkat ROA yang meningkat yang dapat menurunkan tingkat NPF sehingga dapat meningkatkan market share bank syariah, peningkatan tersebut karena perilaku pelanggan yang semakin baik dan percaya terhadap kinerja perbankan syariah.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderating ROA memoderasi hubungan antara *NPF* dengan *market share* signifikan positif. Hasil ini dapat diasumsikan bahwa besarnya semakin besar tingkat ROA berarti akan mengurangi tingkat NPF sehingga berdampak atau berpengaruh meningkatkan *market share* perbankan syariah tersebut. Apabila *Return On Asset* (ROA) meningkat, menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam mengelola keuangan perbankan syariah lebih baik dan resiko *Non Performing Financing* (NPF) yang

dapat diminimalkan oleh perbankan sehingga mampu meningkatkan *market share* perbankan syariah.

4. PENUTUP

Berdasarkan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah adalah sebagai berikut: (a) Nilai perhitungan *Deposito Mudharabah (DM)*, menunjukkan nilai t hitung sebesar (2,111) > t tabel sebesar (2,003) dan nilai sig. sebesar (0,040) < α (0,05), artinya maka variabel DM berpengaruh terhadap variabel *market share* perbankan syariah di Indonesia. (b) Perhitungan nilai Tingkat Bagi Hasil (TBH) menunjukkan nilai t hitung sebesar (2,173) > t tabel sebesar (2,003) dan nilai sig. sebesar (0,034) < α (0,05), artinya maka variabel TBH berpengaruh terhadap variabel *market share* perbankan syariah di Indonesia. (c) Nilai koefisien regresi dari *Non Performing Financing (NPF)* menunjukkan nilai t hitung sebesar (4,326) > t tabel sebesar (2,003) dan nilai sig. sebesar (0,000) < α (0,05), artinya maka variabel NPF berpengaruh terhadap variabel *market share* perbankan syariah di Indonesia. (d) Koefisien regresi dari variabel moderasi ROA pada *Deposito Mudharabah (DM)* menunjukkan nilai t hitung sebesar (1,746) < t tabel sebesar (2,003) dan nilai Sig. sebesar (0,087) > α (0,05), artinya ROA tidak memoderasi variabel *Deposito Mudharabah (DM)* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. (e) Hasi dari variabel moderasi ROA pada Tingkat Bagi Hasil (TBH) menunjukkan nilai t hitung sebesar (2,308) > t tabel sebesar (2,003) dan nilai sig. sebesar (0,025) < α (0,05), artinya ROA memoderasi variabel Tingkat Bagi Hasil (TBH) terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. (f) Koefisien regresi variabel moderasi ROA pada *Non Performing Financing (NPF)* menunjukkan nilai t hitung sebesar (3,307) > t tabel sebesar (2,003) dan nilai sig. sebesar (0,002) < α (0,05), artinya ROA memoderasi variabel *Non Performing Financing (NPF)* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab. Rahim, F., & Amin, H. (2011). Determinants of islamic insurance acceptance: An empirical analysis. *International Journal of Business and Society*, 12 (2), 37–54.
- Ainun, N., Rini, E. S., & Wibowo, R. P. (2019). *The Influence of Marketing Mix Strategy on Decision to Buy Financing Product at PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Puduarta Insani Medan*. 6 (July), 361–372.
- Amin, H., Rahim Abdul Rahman, A., Laison Sondoh, S., & Magdalene Chooi Hwa, A. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22–42.
<https://doi.org/10.1108/17590811111129490>
- Djuwita, D., & Muhammad, A. F. (2016). Pengaruh Total DPK, FDR, NPF dan ROA terhadap Total Asset Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 8(1), 281–297.
- Doktoralina, C. M., & Nisha, F. M. (2020). Mudharabah deposits among conventional bank interest rates, profit-sharing rates, liquidity and inflation rates. *International Journal of Financial Research*, 11(1), 25–33.
<https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n1p25>
- Eliana, E., Zarman, N., Ismuadi, I., Astuti, I. N., & Ayumiati, A. (2021). Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10 (2), 199–204.
<https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18601>
- Etale, L. M., Bingilar, P. F., & Ifurueze, M. S. (2016). Market Share and Profitability Relationship: A Study of the Banking Sector in Nigeria. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(8), 103–112. <https://doi.org/10.18488/journal.62/2016.3.8/62.8.103.112>
- Faculty, B., & Faculty, A. (2019). *The 1st Multi- Disciplinary International conference University Of Asahan2019 Thema: The Role of Science in Development in the Era of Industrial Revolusion 4.0 based on Local Wisdom. " in Sabty Garden Hotel -Kisaran North Sumatra, March 23*. 418–427.
- Farmanesh, P., & Hasiri, A. (2017). *The Influence of Marketing Strategy on Market Share Asst . Prof . Dr . Panteha Farmanesh Mozhdeh Adibi , Alireza Hasiri. August*.
- Febrina Nur Ramadhani. (2019). Equity-based crowdfunding : alternatif penerapan akad mudharabah berbasis non bank. *Imanensi: Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 4(2), 9–15.
<https://doi.org/10.34202/imanensi.4.2.2019.9-15>
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hassan, N. M., & Sanusi, N. A. (2019). Mudarabah Contract in Islamic Cooperative Institutions: A Conceptual Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(2), 994–1003.
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i2/5657>
- Hendriksen, E. S., and Breda, M. V. (2001). *Accounting Theory Fifth Edition*. Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Hidayat, A. R., & Trisanty, A. (1998). *At-Taqaddum Analisis Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*. 7, 183–200.
- Indikator, P., Perbankan, U., Pangsa, T., & Perbankan, P. (2015). *Pengaruh indikator utama perbankan terhadap pangsa pasar perbankan syariah*. 8(708), 13–22. <https://doi.org/10.15294/jejak.v8i1.3850>
- IRIANI, M. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Margin Murabahah Bank Umum Syariah di Indonesia dengan NPF sebagai Variabel Moderasi. *Banque Syar'i*, 4(2), 267702.
- Jogiyanto, Hartono. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, BPFE, Yogyakarta
- Kristanti, F. T., Isyнуwardhana, D., & Rahayu, S. (2019). Market concentration, diversification, and financial distress in the Indonesian banking system. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23(4), 514–524.
- Kuzmin, E. A., Volkova, E. E., & Fomina, A. V. (2019). Research on the concentration of companies in the electric power market of Russia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(1), 130–136.
- Kristanti, F. T., Isyнуwardhana, D., & Rahayu, S. (2019). Market concentration, diversification, and financial distress in the Indonesian banking system. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23(4), 514–524.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v23i4.2693>
- Lubis, M., Basri, Y. Z., & Mariyanti, T. (2018). *The Impact Analysis of Privatization and Shariah Screening on Financial Performance and Shares Return of State Owned Enterprises as the member of Jakarta Islamic Index*. 2(1).

- Ludiman, I., & Mutmainah, K. (2020). Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang Terdaftar di OJK Periode Maret 2017 sampai September 2019). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 169–181. <https://doi.org/10.32500/jematech.v3i2.1336>
- Muchlis, S. (2019). SYARIAH OPTIMIZATION OF BUSINESS THEORY IN PREVENTING RIBA PRACTICES IN MURABAHAH CONTRACT (Case Study at Muamalat Indonesian Bank). *International Journal of Islamic Business Ethics*, 4(1), 563. <https://doi.org/10.30659/ijibe.4.1.563-581>
- Mudharabah, P. P., Diotoritas, T., Keuangan, J., Fazriani, A. D., & Mais, R. G. (2018). MUSYARAKAH , DAN MURABAHAH TERHADAP RETURN ON ASSET MELALUI NON PERFORMING FINANCING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PADA BANK UMUM SYARIAH YANG. 16(1), 1–34.
- Nasim, A., & Mediawati, E. (2019). Critical Study the Application of the Principle of Profit Sharing in Syirkah Mudharabah and Musyarakah in Islamic Banking. *KnE Social Sciences*, 3(13), 1351. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4289>
- Pantas, P. E. (2017). Cakrawala : Jurnal Studi Islam. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 28–43.
- Rahman, A. (n.d.). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI.
- Ruslan, A., Pahlevi, C., Alam, S., & Nohong, M. (2019). Biaya Promosi, Pangsa Pasar Dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017. *Simak*, 17(1), 119–133.
- Said, M., & Ali, H. (2016). An analysis on the factors affecting profitability level of Sharia banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 11(3), 28–36.
- Sandy, M., Mulazid, A. S., & Mubarak, F. (2019). *An Analysis on the Effect of Performance Factors and Technology Aspect on Market Share of Sharia-Compliant Banking in Indonesia*. 101(Iconies 2018), 370–375. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.73>
- Setyowati, D. H., Sartika, A., & Setiawan, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v5i2.10986>
- Shidiqi, K. A., & Rachmawati, A. (2018). Determinants of Sharia Banks' Efficiency In Indonesia: Panel Data Analysis. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 19(2), 186–

195. <https://doi.org/10.23917/jep.v19i2.6405>

Tanjung, P. R. S. (2019). Analysis of the Effect of Economic Value Added and Other Fundamental Factors of Share Returns. *International Journal of Multidiciplinary Research*, 5(9), 141–149.

Wulandari, V., & Anwar, D. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Melalui Aset Sebagai Variabel Intervening. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 33–44.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v1i2.69>

Yuliawati, & Darmawan. (2016). Rasio Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Syariah dengan Price Earning Ratio Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntansi*, 4(2), 109–124.

Yusuf, D., Hamdani, & Kholik, K. (2019). The Effect of Buy and Sell Financing (Murabahah), Profit Share Financing (Mudarabah), Equity Capital Financing (Musyarakah) and Non-Performing Financing Ratio on Profitability Level of Sharia Commercial Banks in North Sumatera. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BloHS) Journal*, 1(1), 81–88. <https://doi.org/10.33258/biarjohs.v1i1.18>