

BAB I

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

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

Bank Syariah muncul pertama kali sebagai *pilot project* pada tahun 1963 dalam bentuk tabungan pedesaan di kota Mit Ghamr, Mesir (Ascarya, 2005). Kegiatan operasional bank Syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia (Muhammad, 2018).

Dan setelah itu, perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai bank umum Syariah seperti, PT. Bank Aceh, PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah, PT. Bank Victoria Syariah, PT Bank Jabar Banten Syariah, PT. Bank Mega Syariah, PT. Bank Panin Dubai Syariah, PT. Bank Syariah Bukopin, PT. Bank Tabungan Pensiunan Syariah, PT Maybank Syariah Indonesia, Dan Bank Syariah Indonesia hasil merger bank BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Dengan pertumbuhan perusahaan perbankan Syariah tersebut maka *market share* perbankan syariah juga mengalami peningkatan.

market share merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung total produksi suatu perusahaan dibandingkan dengan total industri (Setyawati, 2018). *market share* dapat mempresentasikan posisi perusahaan terhadap total keseluruhan industri di dalam pasar (Setyawati, 2018).

market share perbankan Syariah di Indonesia secara bertahap mengalami pertumbuhan. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dimana *market share* perbankan Syariah terus mengalami kenaikan pada tahun 2017 *market share* bank Syariah sebesar 5,78%. Tahun 2018 *market share* bank Syariah di Indonesia sebesar 5,70%. Pada tahun 2019 sebesar 5,95%. Pada tahun 2020 sebesar 5,99% (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Tabel 1.1

Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah Indonesia



Sumber. Otoritas Jasa Keuangan.

Walaupun terus mengalami peningkatan, jumlah tersebut masih sangatlah kecil dalam membantu perekonomian (Muhammad, 2018). Ada beberapa kendala yang dialami oleh perbankan Syariah selama pertumbuhannya hingga sekarang. Diantaranya seperti (1) Peraturan perbankan yang berlaku belum mampu mengakomodasi operasional bank Syariah; (2) Pemahaman masyarakat yang belum memahami secara tepat kegiatan operasional bank Syariah, hal ini disebabkan oleh minimnya pembahasan dimasyarakat mengenai bunga dan kegiatan ekonomi oleh ulama; (3) Sosialisasi yang belum dilakukan secara optimal; (4) Jaringan kantor bank Syariah yang masih terbatas; (5) Keterbatasan sumber daya manusia yang ahli dibidang perbankan Syariah; (6) persaingan produk dengan bank konvensional yang ketat sehingga mempersulit segmentasi bank Syariah (Muhammad, 2020).

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

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

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

Kantor cabang perbankan Syariah berperan penting dalam menjalin interaksi dan komunikasi dengan nasabah atau pelanggan untuk menawarkan layanan kepada nasabah atau pelanggan (Hanafi, 2021). Banyak kantor dapat mendorong aksesibilitas nasabah untuk membuka tabungan, deposito, dan layanan keuangan menjadi lebih muda (Hanafi, 2021). Dengan kantor cabang yang luas dan menjangkau daerah pedesaan membuat informasi dan literasi meningkat.

Dari data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, dapat diketahui bahwa jumlah kantor cabang yang dimiliki oleh perbankan Syariah di seluruh Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 490 kantor cabang dan terendah yaitu pada bulan maret dimana kantor cabang yang beroperasi sebanyak 478 kantor cabang.

Dalam perkembangan *market share* perbankan syariah, juga dipengaruhi dengan adanya teknologi. Teknologi digunakan untuk memungkinkan nasabah mengakses bank kapan dan dimana saja secara efektif dan efisien. Salah satu teknologi yaitu hadirnya mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Menurut

Bank Indonesia, *Automated Teller Machine* atau ATM adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. ATM digunakan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan layanan jasa keuangan perbankan seperti tarik tunai dan transfer. Menurut Hanafi (2021), pemanfaatan ATM oleh nasabah dapat meningkatkan kinerja dan aksesibilitas.

Peningkatan *market share* lainnya disebabkan oleh pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah. Menurut Gunawan dan Utami (2021), pembiayaan dapat menyebabkan *market share* perbankan syariah meningkat. Banyaknya pembiayaan yang disalurkan maka perbankan syariah berkewajiban membagikan keuntungan kepada nasabah (Gunawan dan Utami, 2021). Pembiayaan merupakan penyaluran dana kepada masyarakat yang dilakukan oleh perbankan Syariah, melalui skema pembiayaan berdasarkan akad *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *salam*, *isthisna*, *qardh*, serta akad lainnya (Himami dan Wigati, 2014). Menurut Ascarya (2015), ulama mensepakati akad yang digunakan untuk pembiayaan adalah akad bagi hasil.

Menurut Hanafi (2018), *market share* juga dipengaruhi oleh DPK. Menurut UU No.10 Thn 1998 dana pihak ketiga atau yang selanjutnya disebut DPK merupakan dana masyarakat yang dipercayakan untuk dikelola oleh bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk tabungan, deposito,

giro dan bentuk lainnya (Rivai, 2007). Menurut Ismail (2010), DPK merupakan dana yang didapatkan dari masyarakat yang dihimpun oleh bank baik masyarakat secara kelompok maupun individu.

Jumlah DPK melalui tabungan dan deposito berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah (Hanafi, 2018). DPK melalui tabungan dan deposito menunjukkan keterkaitan dengan signifikansi akses nasabah terhadap perbankan syariah. Besaran dana yang disetorkan ke rekening perbankan syariah menunjukkan *market share* (Hanafi, 2021). Sehingga semakin besar nilai dana yang disetorkan maka semakin besar *market share* perbankan syariah.

Pada dana DPK yang berhasil dihimpun oleh perbankan syariah (BUS) jumlah tertinggi yaitu sebesar Rp. 465 miliar pada bulan desember. Dan terendah terjadi pada bulan mei yaitu jumlah DPK sebesar Rp. 410 miliar. Menurut Hanafi (2021), DPK dapat menunjukkan simpanan dana dari jumlah total orang yang mengakses perbankan syariah.

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

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

Variabel	2016	2017	2018	2019	2020
Kantor Cabang	473	471	478	480	488
ATM	3,127	2,585	2,791	2,827	2,800
DPK (M)	279,335	334,719	371,828	416,558	465,977
Pembiayaan (M)	94,752	119,690	146,573	172,492	96,779
Market Share (%)	5,30	5,78	5,96	5,95	6,51
M= Miliar		%= Persen			

Sumber. Otoritas Jasa Keuangan.

Telah banyak berbagai penelitian yang meneliti terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *market share* perbankan syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adenan et al (2021). Menyimpulkan bahwa saham syariah, sukuk korporasi, reksadana syariah, giro syariah, tabungan syariah dan deposito syariah berpengaruh terhadap market share perbankan syariah tahun 2014-2020.

Penelitian yang dilakukan oleh Ludiman & Mutmainah (2020), menghasilkan bahwa rasio CAR, NPF, dan FDR tidak berpengaruh terhadap market share. Sedangkan ROA dan Jumlah kantor berpengaruh terhadap market share. Pada penelitian Rohman dan Karsinah (2016), menunjukkan BOPO, CAR, ROA, dan FDR memiliki pengaruh positif terhadap pangsa pasar bank syariah.

Pada penelitian Lasrin et al (2021), menunjukkan hasil bahwa NPF berpengaruh negatif terhadap market share, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap market share, dan permodalan berpengaruh positif terhadap market share. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari & Anwar

(2019), menghasilkan DPK, pembiayaan, dan aset memiliki pengaruh terhadap market share perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Utami (2021), menunjukkan bahwa secara simultan dana pihak ketiga (DPK), NPF, dan BOPO berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah. Akan tetapi secara parsial DPK berpengaruh terhadap market share perbankan syariah. Sedangkan NPF dan BOPO secara parsial tidak berpengaruh terhadap market share perbankan syariah.

Dan Penelitian yang dilakukan oleh Hanafi (2021) dengan menggunakan metode VAR dan ARDL dapat diketahui bahwa jumlah kantor cabang, dan jumlah promosi dapat mempengaruhi pangsa pasar perbankan syariah. Sedangkan ATM belum dapat mempengaruhi pangsa pasar perbankan syariah.

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

b. Rumusan Masalah

Melihat perkembangan perbankan Syariah yang besar akan tetapi masih memiliki *market share* yang kecil apabila jika dibandingkan dengan *market*

share perbankan secara nasional. Maka pada penelitian ini memerlukan batasan dalam perumusan masalah yang menjadi fokus pengkajian faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pangsa pasar perbankan Syariah di Indonesia dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Rumusan masalah ditulis agar penelitian ini lebih spesifik. Berikut rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini:

1. Apakah kantor cabang berpengaruh secara parsial terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020?
2. Apakah ATM berpengaruh secara parsial terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020?
3. Apakah DPK berpengaruh secara parsial terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020?
4. Apakah pembiayaan berpengaruh secara parsial terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020?
5. Apakah kantor cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan perbankan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020?

c. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini untuk menjawab dari beberapa rumusan masalah diantaranya:

1. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh kantor cabang terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.

2. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh ATM terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.
3. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh DPK berpengaruh terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.
4. Untuk dapat mengetahui secara parsial pengaruh pembiayaan berpengaruh terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.
5. Untuk dapat mengetahui pengaruh kantor cabang, ATM, DPK, dan Pembiayaan perbankan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap *market share* perbankan Syariah di Indonesia tahun 2016-2020.

d. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis, sebagai salah satu referensi untuk mengetahui pengaruh inklusi keuangan Syariah terhadap pertumbuhan perbankan syariah di suatu negara. Khususnya di negara-negara yang memiliki perbankan Syariah.
2. Manfaat manajerial, yaitu sebagai bahan evaluasi atas kebijakan peningkatan inklusi keuangan Syariah yang telah diterapkan pemerintah dan sebagai acuan dalam penyusunan kebijakan perbankan Syariah.

e. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing dirincikan kedalam beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab satu berisi pendahuluan yang membahas terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, batasan, dan sistematika penulisan.

BAB III Metode Penelitian

Bab Tiga berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik Pengumpulan data, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab Empat memuat dua bagian besar, yaitu bagian pertama yang berisi tentang deskripsi data dan bagian kedua yaitu memuat uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

BAB IV Simpulan

Bab Lima memuat simpulan hasil penelitian yang menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data-data secara singkat. Bab Lima juga berisikan keterbatasan dan saran penelitian selanjutnya.