

PENGARUH ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE, JUMLAH MODAL INTI, DAN JUMLAH KANTOR PELAYANAN TERHADAP MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH TAHUN 2016-2020

Yolandha Dewi Rosestino¹
Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
yolandhadr01@gmail.com

Rohmawati Kusumaningtias²
Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
rohmatikusumaningtias@unesa.ac.id

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:
02 Juni 2022

Tanggal Revisi:
08 Juni 2022

Tanggal Diterima:
20 Juni 2022

Publikasi On line:
02 Juli 2022

Abstract

This research aims to verify the influence of Islamic Corporate Governance (ICG), the amount of core capital, and the number of service offices on the market share of Islamic Commercial Banks (BUS) in Indonesia as measured by the total assets of Islamic Commercial Banks to the total assets of the national banking system. The population in this research is Islamic Commercial Banks registered at OJK in the 2016-2020 period. The sampling technique used the purposive sampling method with a selected sample of 13 Islamic Commercial Banks registered at OJK in the 2016-2020 period. This research is quantitative research with secondary data sources. The analytical technique chosen in this research is multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics software version 25. The results show that partially, Islamic Corporate Governance and the amount of core capital had no influence on the market share of Islamic Commercial Banks. On the other hand, the number of service offices affects the market share of Islamic Commercial Banks. Meanwhile, simultaneously, Islamic Corporate Governance, the amount of core capital, and the number of service offices influence the market share of Islamic Commercial Banks in Indonesia.

Key Words: Islamic Corporate Governance (ICG), Core Capital, Service Office, Market Share, Islamic Commercial Bank

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Islamic Corporate Governance (ICG), jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan terhadap market share Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia yang diukur berdasarkan total aset yang dimiliki Bank Umum Syariah terhadap total aset perbankan nasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK pada periode 2016-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan sampel terpilih 13 Bank Umum Syariah yang terdaftar OJK pada periode 2016-2020. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan sumber data sekunder. Teknik analisis yang dipilih pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Islamic Corporate Governance dan jumlah modal inti tidak berpengaruh terhadap market share Bank Umum Syariah. Sebaliknya, jumlah kantor pelayanan berpengaruh terhadap market share Bank Umum Syariah. Sedangkan secara simultan, Islamic Corporate Governance, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan memberikan pengaruh terhadap market share Bank Umum Syariah di Indonesia.

Key Words: Islamic Corporate Governance (ICG), Modal inti, Kantor Pelayanan, Market Share, Bank Umum Syariah

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga yang memiliki kaitan erat dengan dunia usaha. Melalui kegiatan utama lembaga keuangan bank, dana yang dikumpulkan dari publik akan disalurkan juga kepada publik (Kasmir, 2016). Bank syariah merupakan klasifikasi bank berdasarkan sistem kegiatan usaha. Selain fungsi perantaraannya bank

konvensional, bank syariah memiliki peran semacam badan baitul mal dalam fungsi sosialnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017a). Indonesia memiliki peluang cemerlang bagi bank syariah untuk berkembang. Perkembangan ini dimulai sejak tiga dasawarsa lalu melalui pendirian Bank Muamalat Indonesia. Selain itu, keberadaannya telah terjamin secara hukum melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Peluang semakin terbuka luas sejalan dengan fakta bahwa 207,18 juta penduduk atau sekitar 87,2% populasi Indonesia adalah Muslim (Badan Pusat Statistik, 2010).

Tabel 1

Perkembangan Jumlah Bank, Total Aset, Total Pembiayaan yang Diberikan, dan Total Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah tahun 2016-2020 (dalam miliar Rupiah)

	2016	2017	2018	2019	2020
Jumlah BUS	13	13	14	14	14
Aset	254.184	288.027	316.691	350.364	397.073
PYD	177.482	189.789	202.298	225.146	246.532
DPK	206.407	238.393	257.606	288.978	322.853

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2021b)

Tabel 1 memperlihatkan perkembangan BUS (Bank Umum Syariah) yang menggembirakan selama tahun 2016-2020. Pada tahun 2020, aset BUS tumbuh 13,33% dibanding tahun lalu menjadi Rp397.073 miliar. Sementara untuk PYD (Pembiayaan yang Diberikan) tumbuh sebesar 9,50% dibanding tahun lalu menjadi Rp246.532 miliar pada tahun 2020. Selain aset dan PYD, DPK (Dana Pihak Ketiga) juga tumbuh sebesar 11,72% dengan saldo DPK sebesar Rp322.853 miliar di tahun 2020. Bahkan menurut Statistik Perbankan Indonesia diketahui bahwa persentase pertumbuhan aset, PYD, dan DPK BUS lebih tinggi jika dibandingkan pertumbuhan aset, PYD, dan DPK BUK (Bank Umum Konvensional) yang sebesar 6,92%; -2,91%; dan 0,62%.

Tabel 2

Perkembangan *Market Share* Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah tahun 2016-2020

	Bank Umum Konvensional	Bank Umum Syariah
2016	93,01%	3,71%
2017	92,54%	3,83%
2018	92,39%	3,85%
2019	92,12%	4,02%
2020	91,83%	4,25%

Sumber: Data diolah, 2021

Ironisnya, dalam waktu tiga dasawarsa, dengan peluang yang terbuka luas, dan perkembangan baik yang diraih saat ini, *market share* BUS belum menunjukkan nilai yang memuaskan. Menurut Tabel 2, nilai *market share* BUS stagnan di angka 3%-4% dari seluruh industri perbankan nasional. Nilai penguasaan pasar BUS ini masih tertinggal jauh di bawah bank konvensional. Padahal dengan nilai *market share* yang tinggi dapat mendukung pencapaian profitabilitas yang semakin besar (Putra & Pangestuti, 2019). Untuk itu diperlukan upaya perluasan *market share* agar perkembangan BUS semakin baik di tengah masyarakat.

Tabel 3

Pertumbuhan Aset, Pembiayaan yang Diberikan, dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah tahun 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Aset	19,10%	13,31%	9,95%	10,63%	13,33%
PYD	15,27%	6,93%	6,59%	11,29%	9,50%
DPK	18,02%	15,50%	8,06%	12,18%	11,72%

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2021b)

Minimnya cakupan *market share* BUS di Indonesia diduga berhubungan dengan penerapan *Islamic Corporate Governance*. Menurut El Junusi (2012), penerapan tata kelola yang berlandaskan prinsip syariah dapat memberikan dampak terhadap reputasi dan kepercayaan yang akhirnya berpengaruh terhadap *market share* bank syariah. Jika ditelaah dari Tabel 3, meskipun penerapan ICG bank syariah telah diatur, namun bank syariah masih menunjukkan penurunan pertumbuhan dalam hal aset, PYD, dan DPK pada tahun 2017, 2018, dan 2020. Selain itu, pada periode 2016-2020 terjadi penurunan peringkat *self assessment* ICG yang dialami oleh beberapa BUS. Pada tahun 2017, peringkat ICG Bank Muamalat mengalami penurunan dari peringkat 2 ke peringkat 3 (Bank Muamalat Indonesia, 2018). Di tahun yang sama, Bank Panin Dubai Syariah juga mengalami penurunan peringkat dari 2 ke peringkat 3 (Panin Dubai Syariah Bank, 2018). Kemudian penurunan serupa juga dialami oleh Bank Syariah Bukopin pada 2019 lalu (Bank Syariah Bukopin, 2020). Hal tersebut mengindikasikan bahwa implementasi *Corporate Governance* dan prinsip Syariah pada pelaksanaan operasional perbankan syariah perlu ditingkatkan.

Tabel 4
Jumlah Modal Inti Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah Tahun 2020 Berdasarkan BUKU (dalam miliar Rupiah)

BUKU	Bank Umum Konvensional			Bank Umum Syariah		
	Modal Inti	Jumlah Bank	Rata-Rata	Modal Inti	Jumlah Bank	Rata-Rata
I	3.233	4	808	1.882	3	627
II	129.555	58	2.234	16.372	7	2.339
III	447.006	26	17.193	25.986	4	6.497
IV	686.522	7	98.075	0	0	0
Total	1.266.316	95	118.309	44.240	14	9.463

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2021a, 2021b)

Tantangan berikutnya terkait dengan modal inti. Menurut Saputra (2014), rasio permodalan memberikan perlindungan dan kepercayaan bagi nasabah bank yang akhirnya berdampak pada meningkatnya pangsa pasar. Namun, menurut Rusydiana (2016), permodalan menjadi salah satu kendala dalam perkembangan bank syariah. Jika ditelaah pada Tabel 4, BUS memiliki rata – rata modal yang terbilang kecil dibanding BUK. Bahkan, hingga tahun 2020, belum ada bank syariah yang masuk pada BUKU IV dengan minimal modal inti lebih dari 30 triliun Rupiah.

Tabel 5
Jumlah Kantor Pelayanan Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah Tahun 2020

	Bank Umum Konvensional	Bank Umum Syariah
Jumlah Kantor Pelayanan	28.713	2.020
Jumlah Bank	95	14
Jumlah Kantor / Bank	302	144

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2021a)

Selain faktor jumlah modal inti, *market share* BUS diduga juga dipengaruhi oleh jumlah kantor pelayanan bank syariah. Menurut Mursid & Irviana (2012), jaringan kantor yang luas menjadi pertimbangan dalam memilih bank. Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia tahun 2020 pada Tabel 5, jumlah total kantor pelayanan bank syariah sebesar 2.020 kantor layanan atau setara dengan 144 kantor pelayanan per bank. Jumlah tersebut jauh tertinggal dengan jumlah kantor pelayanan bank konvensional yang berjumlah total 28.713 kantor pelayanan atau sama dengan 302 kantor pelayanan per bank. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai *market share* yang dipengaruhi oleh *Islamic Corporate Governance*, seperti riset dari Tamalasar (2016) menunjukkan bahwa kepatuhan syariah sebagai komponen ICG berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, dan kualitas pelayanan ini berpengaruh terhadap *market share* bank syariah. Kemudian, penelitiannya Aryonindito & Fitrianti (2018) melakukan penelitian terhadap 5 BUS yang menunjukkan bahwa *Sharia Compliance* berpengaruh positif, akuntabilitas berpengaruh negatif, sedangkan transparansi tidak memberikan pengaruh akan *market share* BUS. Penelitian lain dilakukan oleh Ruwaidah (2018) dengan menggunakan kuisioner yang ditujukan kepada mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Syarifuddin menunjukkan bahwa tata kelola berbasis syariah tidak mempengaruhi secara signifikan keputusan menggunakan layanan bank syariah.

Selanjutnya, berkaitan dengan pengaruh modal inti terhadap pangsa pasar, penelitian kualitatif Fauzi (2016) menyebutkan bahwa salah satu pekerjaan perbankan syariah dalam persaingan nasional berkaitan dengan minimnya modal inti. Penelitian kualitatif Hidayat & Trisanty (2020) memberikan kesimpulan bahwa modal inti menjadi satu dari sekian faktor internal yang menyebabkan rendahnya nilai pangsa pasar bank syariah. Penelitian oleh Siregar (2019) dilakukan terhadap perbankan syariah yang melingkupi BUS dan UUS (Unit Usaha Syariah) pada awal 2012 hingga akhir triwulan ketiga tahun 2016. UUS merupakan komponen perbankan syariah yang kegiatannya berada di bawah naungan bank konvensional (Mardiani et al., 2019). Hasil riset tersebut berkesimpulan bahwa *market share* dipengaruhi oleh jumlah kantor pelayanan. Sedangkan menurut Utomo (2014), ketersediaan jaringan kantor yang memperbesar aksesibilitas tidak dapat menentukan keputusan menjadi nasabah bank syariah. Mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian, dan *gap*, dimana penelitian sebelumnya tidak melakukan penelitian secara kuantitatif menguji pengaruh modal inti, untuk itu, dianggap penting dan perlu dilakukannya penelitian lanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, beserta jumlah kantor pelayanan, secara individu maupun bersamaan, terhadap *market share* BUS tahun 2016-2020 yang dilakukan melalui pendekatan kuantitatif.

TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

Teori *Relative Efficiency*

Teori *Relative Efficiency* merupakan teori yang berkenaan dengan *market share*. *Market share* didefinisikan sebagai tolok ukur penjualan terhadap para kompetitor pasar (Pearce II & Robinson Jr., 2013). Gilbert menjelaskan teori ini bahwa *market share* dapat diperluas dengan efisiensi perusahaan yang selanjutnya meningkatkan kinerja. Melalui perkembangan dan kinerja yang baik, perusahaan akan mampu meningkatkan *market share*-nya (Ariyanto, 2004). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa masyarakat dominan menggunakan layanan yang disediakan oleh perusahaan tersebut dibandingkan dengan kompetitor lain di industri sejenis.

Islamic Corporate Governance

Menurut OECD tata kelola korporat merupakan sarana pengoperasian dan pengontrolan suatu perusahaan mulai dari hubungan dengan manajemen perusahaan, dewan, pemilik saham, serta *stakeholder* lainnya. Tata kelola memberikan pula informasi mengenai struktur dan langkah – langkah yang ditempuh, serta pengawasan atas kinerja yang sesuai tujuan perusahaan (International Finance Corporation (IFC) & Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Sedangkan tata kelola dikatakan baik bagi bank ketika memenuhi prinsip akuntabilitas, keterbukaan, pertanggungjawaban, kewajaran, dan independensi, menurut Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006.

Implementasi GCG bank syariah memiliki ciri khas yang membedakannya dengan GCG bank konvensional. Selain menerapkan tata kelola secara umum, ciri khas tata kelola bank syariah terletak pada tata kelola yang didasarkan pada kepatuhan terhadap prinsip syariah. Selain itu, perbedaan lain ada pada susunan organisasinya dengan kehadiran DPS (Dewan Pengawas Syariah). DPS yang hanya dimiliki oleh bank syariah ini berperan dalam melakukan pengawasan serta memberikan masukan terkait pelaksanaan kegiatan bank syariah (Maradita, 2014). Untuk itu, tata kelola bank syariah disebut dengan *Islamic Corporate Governance* yang cakupannya lebih luas dan memiliki pertimbangan sisi agama, sosial, juga etika (Mansour & Bhatti, 2018).

Menurut Surat Edaran BI No.12/13/DPBs/2010 Perihal Pelaksanaan *Good Corporate Governance* Bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, Bank memiliki kewajiban melakukan *self assessment* terkait pelaksanaan GCG yang dilakukan minimal sekali dalam satu tahun untuk kemudian dapat diketahui peringkat komposit GCG sebagai berikut :

Tabel 6
Nilai dan Predikat Komposit GCG BUS

Nilai Komposit	Predikat Komposit
Nilai komposit < 1,5	Sangat baik
1,5 ≤ Nilai komposit < 2,5	Baik
2,5 ≤ Nilai komposit < 3,5	Cukup baik
3,5 ≤ Nilai komposit < 4,5	Kurang baik
4,5 ≤ Nilai komposit ≤ 5	Tidak baik

Sumber : (Surat Edaran BI No.12/13/DPBs/2010 Perihal Pelaksanaan *Good Corporate Governance* Bagi Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah, 2010)

Modal Inti

Secara definitif, modal merupakan dana yang diperoleh dari para pemilik. Antonio menjelaskan bahwa dana modal dapat digunakan untuk pembiayaan yang secara langsung dapat menghasilkan maupun tidak (Ilyas, 2017). Modal merupakan elemen penting dalam perkembangan perusahaan perbankan. Secara garis besar, terdapat 2 klasifikasi modal pada industri perbankan, yakni modal inti serta modal pelengkap. Arifin menjelaskan bahwa modal inti merupakan modal milik sendiri yang dikumpulkan dari para *stakeholder*, penyisihan dari laba yang tidak dibagi, dan laba yang ditahan (Faisol, 2007).

Kantor Pelayanan

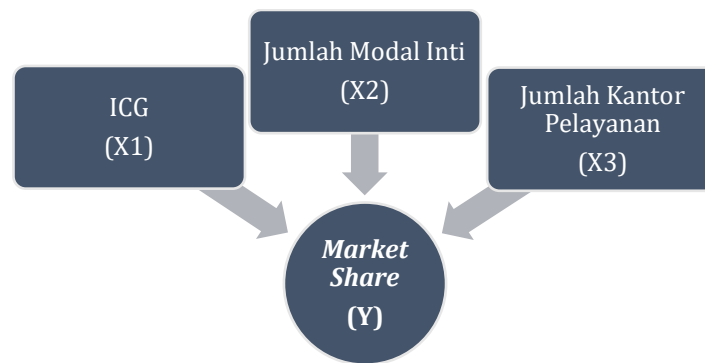
Kantor pelayanan diklasifikasikan menjadi 4, yaitu Kantor Pusat Operasional; Kantor Cabang; Kantor Cabang Pembantu; dan Kantor Kas (Otoritas Jasa Keuangan, 2021b). Kehadiran kantor pelayanan BUS akan memudahkan mobilitas masyarakat dalam memperoleh akses layanan perbankan syariah.

Market Share

Stanton memaknai *market share* sebagai pangsa pasar yang merupakan penguasaan perusahaan terhadap suatu pasar, atau persentase penjualan suatu perusahaan pada waktu dan tempat tertentu jika dibandingkan dengan keseluruhan penjualan pesaing terbesarnya (Siregar, 2019). *Market share* menjadi indikator adanya peningkatan dalam kemampuan pemasaran perusahaan (Maula, 2018). *Market share* juga dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan jangkauan pasar yang luas akan menerima keuntungan lebih tinggi dibanding kompetitornya (Hidayat & Trisanty, 2020). Selain itu, *market share* yang semakin besar juga menunjukkan fungsi dan peran yang semakin besar pula dalam perekonomian domestik (Saputra, 2014). Menurut laporan Siaran Pers OJK, *market share* merupakan nilai aset perbankan syariah banding aset perbankan nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2017b). Hal tersebut menunjukkan bahwa *market share* memberikan informasi mengenai bagaimana kekuatan suatu bank dalam industri perbankan secara nasional.

Hubungan antara *Islamic Corporate Governance* dan *market share* terlihat dari penerapan *Islamic Corporate Governance* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akhirnya berdampak pada persebaran *market share* yang semakin luas. Menurut Setyowati (2017), kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi faktor penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Menurut Mansour & Bhatti (2018), implementasi ICG dapat memberi keyakinan masyarakat bahwa tata kelola perbankan syariah telah dilakukan dengan baik menurut prinsip-prinsip syariah. Ini menjadikan adanya peningkatan kepercayaan masyarakat akan perbankan syariah. Sehingga dengan meningkatnya keyakinan masyarakat akan hal tersebut dapat mendukung keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan BUS. Tentunya pangsa pasar akan tumbuh seiring dengan keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan bank umum syariah.

Selanjutnya, melalui dorongan permodalan yang kuat, bank lebih leluasa dalam mengembangkan usahanya sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk menggunakan layanan BUS yang berdampak pada meningkatnya pangsa pasar yang dikuasai BUS. Menurut Fauzi (2016), melalui permodalan yang memadai, bank dapat mengembangkan kantor cabang, infrastruktur, dan segmen layanan yang tersedia. Hal ini dapat menjadikan modal sebagai pemberdaya saing tinggi (Apriyanti, 2018). Selain itu, melalui modal, perusahaan dapat menjaga diri dari kemungkinan adanya risiko kerugian atas operasional yang dilakukan (Rahman, 2016). Kemampuan mengatasi kemungkinan risiko tersebut akan berdampak pada kepercayaan masyarakat sehingga modal dapat berperan sebagai penjaga kepercayaan masyarakat (Ilyas, 2017). Jumlah kantor pelayanan yang memadai menjadikan masyarakat lebih mudah dalam memperoleh akses layanan. Kemudahan ini menjadi daya tarik bagi masyarakat yang memungkinkan penguasaan *market share* menjadi lebih luas. Masyarakat cenderung ingin merasakan layanan langsung secara fisik dibandingkan layanan yang berbasis teknologi informasi (Siregar, 2019). Sehingga, jumlah kantor pelayanan yang tersebar luas akan membantu pergerakan bank dalam menarik para nasabah melalui kemudahan memperoleh akses layanan suatu perbankan (Ihsan, 2019).



Gambar 2. Model Penelitian

Sesuai dengan Gambar 1, hipotesis dapat disajikan sebagai berikut :

- H1 : *Islamic Corporate Governance* berpengaruh terhadap *market share* BUS
- H2 : Jumlah modal inti berpengaruh terhadap *market share* BUS
- H3 : Jumlah kantor pelayanan berpengaruh terhadap *market share* BUS
- H4 : *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan berpengaruh terhadap *market share* BUS

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dalam bentuk *annual report* dan laporan *Corporate Governance* masing-masing BUS tahun 2016-2020. Populasi yang diteliti yakni seluruh BUS yang teregistrasi OJK tahun 2016-2020. Metode *purposive sampling* diaplikasikan untuk memilih sampel sesuai pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pertimbangan tersebut antara lain, BUS yang teregistrasi di OJK pada 2016-2020; BUS yang menerbitkan *annual report* dan laporan *Corporate Governance* pada 2016-2020.

Tabel 7
Hasil *Purposive Sampling*

Kriteria	Jumlah
Jumlah BUS teregistrasi di OJK selama periode tahun 2016-2020	14
Jumlah BUS tidak teregistrasi di OJK berturut-turut selama tahun 2016-2020	(1)
Jumlah sampel per periode	13
Jumlah periode	5
Total sampel (13x5)	65

Sumber : Data diolah (2021)

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik ini diaplikasikan untuk menguji pengaruh sejumlah variabel independen pada variabel dependen (Lind et al., 2012). Analisis ini didukung dengan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics* versi 25.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Islamic Corporate Governance

Pengukuran variabel *Islamic Corporate Governance* BUS dilakukan melalui pemeringkatan berdasarkan Surat Edaran BI No.12/13/DPbs/2010. Data peringkat komposit penilaian sendiri ICG yang diperoleh dari setiap *annual report* merupakan data dengan skala ordinal. Sedangkan salah satu syarat dalam penggunaan analisis regresi linier adalah data yang akan digunakan harus berskala interval dan rasio. Oleh sebab itu, perlu dilakukan Metode Suksesif Interval (MSI) untuk mentransformasi data ordinal menjadi interval (Ningsih & Dukalang, 2019).

Modal Inti

Pada penelitian ini, modal inti diukur dengan logaritma natural (Ln) jumlah modal inti. Apabila menggunakan nilai jumlah modal inti yang tertera pada *annual report*, nilainya akan mencapai puluhan triliun. Menurut Ghozali, nilai data yang besar ini dapat disederhanakan melalui transformasi logaritma natural (Mandagie et al., 2018).

$$\text{Jumlah Modal Inti} = \text{Ln (Jumlah modal inti)}$$

Kantor Pelayanan

Jumlah kantor pelayanan BUS terdiri atas Kantor Pusat Operasional (KPO), Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP), serta Kantor Kas (KK) (Otoritas Jasa Keuangan, 2021b). Data mengenai jumlah kantor pelayanan ini dapat diperoleh melalui Statistik Perbankan Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2021b).

$$\text{Jumlah Kantor Pelayanan} = \text{KPO} + \text{KC} + \text{KCP} + \text{KK}$$

Market share

Market share merupakan variabel terikat pada penelitian ini. Berdasarkan laporan Siaran Pers OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2017b), *market share* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Total aset bank}}{\text{Total aset perbankan nasional}} \times 100\%$$

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual	
N		62	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	0,00044025	
Most Extreme Differences	Absolute	0,158	
	Positive	0,103	
	Negative	-0,158	
Test Statistic		0,158	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0,078	
99% Confidence Interval	Lower Bound	0,071	
	Upper Bound	0,085	

Sumber : Hasil Output SPSS

Diketahui nilai signifikansi pada Tabel 8 melebihi 0,05 yakni 0,078 yang memperlihatkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 9 memperlihatkan Durbin-Watson bernilai 1,913. Sedangkan dU serta 4-dU bernilai 1,6918 dan 2,3082. Sehingga formasi yang didapat adalah $dU < DW < 4-dU = 1,6918 < 1,913 < 2,3082$; yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,979 ^a	0,958	0,956	0,00045	1,913

Sumber : Hasil Output SPSS

Uji Heterokedastisitas

Menurut Tabel 10, signifikansi setiap variabel independen bernilai lebih dari 0,05 yaitu ICG sebesar 0,065; jumlah modal inti sebesar 0,663; serta jumlah kantor pelayanan sebesar 0,145. Nilai signifikansi setiap variabel independen yang melebihi 0,05 pada Uji *Glesjer* mengindikasikan bahwa data tidak terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 10
Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Model		Sig.
1	(Constant)	0,759
	ICG	0,065
	Jumlah Modal Inti	0,663
	Jumlah Kantor Pelayanan	0,145

Sumber : Hasil Output SPSS

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 11, nilai *Tolerance* ketiga variabel independen melebihi 0,10 yaitu ICG sebesar 0,907; jumlah modal inti sebesar 0,514; serta jumlah kantor pelayanan sebesar 0,498. Sedangkan VIF masing-masing variabel independen bernilai bawah 10 yaitu ICG 1,103; jumlah modal inti 1,947; dan jumlah kantor pelayanan 2,007. Nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 mengindikasikan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ICG	0,907	1,103
	Jumlah Modal Inti	0,514	1,947
	Jumlah Kantor Pelayanan	0,498	2,007

Sumber : Hasil Output SPSS

Uji t

Beracuan pada Tabel 12, didapati bahwa ICG dan modal inti memiliki nilai signifikansi sebesar 0,892 dan 0,094 atau melebihi 0,05. Hal itu mengindikasikan bahwa *market share* tidak dipengaruhi oleh ICG dan jumlah modal inti. Sebaliknya, jumlah kantor pelayanan memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 sebesar 0,000 membuktikan bahwa variabel ini dapat menentukan *market share*.

Tabel 12
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,002141	0,001		-1,622	0,110
	ICG	-0,000012	0,000	-0,004	-0,137	0,892
	Jumlah Modal Inti	0,000187	0,000	0,064	1,701	0,094
	Jumlah Kantor Pelayanan	0,000018	0,000	0,932	24,534	0,000

Sumber : Hasil Output SPSS

Uji F

Tabel 13 memperlihatkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni 0,000. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen (ICG, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan) secara simultan dapat menentukan *market share*.

Tabel 13
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,000	3	0,000	443,827	0,000
	Residual	0,000	58	0,000		
	Total	0,000	61			

Sumber : Hasil Output SPSS

Koefisien Determinasi R²

Beracuan pada Tabel 14, *Adjusted R Square* senilai 0,956 mengindikasikan bahwa ICG, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel dependen (*market share*) sebesar 95,6%.

Tabel 14
Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,979	0,958	0,956	0,00045

Sumber : Hasil Output SPSS

PEMBAHASAN**Pengaruh Islamic Corporate Governance terhadap market share Bank Umum Syariah**

Nilai signifikansi Uji t variabel independen ICG melampaui 0,05 yakni 0,892. Hal itu menandakan bahwa ICG tidak berdampak signifikan terhadap pangsa pasar. Sama halnya dengan penelitian Ruwaidah (2018) dan Aulia et al. (2021) yang memberikan kesimpulan bahwa tata kelola yang dilaksanakan oleh bank syariah tidak dapat mempengaruhi secara signifikan keputusan untuk menggunakan layanan bank syariah. Hal ini karena timbulnya keraguan *stakeholder* terhadap prinsip syariah yang belum konsisten diterapkan oleh perbankan syariah dalam pengelolaan aset (Mardiani et al., 2019). Selain itu, loyalitas nasabah tidak dapat meningkat seiring dengan peningkatan pelaksanaan tata kelola karena yang menjadi penentu loyalitas nasabah adalah pelayanan yang disediakan oleh BUS (Aulia et al., 2021). Nilai B sebesar -0,000012 menunjukkan arah hubungan antara *Islamic Corporate Governance* dengan *market share* yang negatif. Hal itu dapat diinterpretasikan bahwa apabila peringkat *Islamic Corporate Governance* memiliki nilai yang semakin kecil (predikatnya semakin baik), maka dapat meningkatkan nilai *market share* BUS.

Pengaruh jumlah modal inti terhadap market share Bank Umum Syariah

Nilai signifikansi Uji t variabel independen jumlah modal inti melebihi 0,05 yakni 0,094. Nilai tersebut memiliki makna bahwa jumlah modal inti tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *market share*. Nilai modal inti yang tidak dapat menentukan nilai *market share* disebabkan karena masyarakat di Indonesia dalam melakukan transaksi perbankan tidak mempertimbangkan tinggi rendahnya parameter permodalan yang dimiliki bank (Ludiman & Mutmainah, 2020). Nilai B sebesar 0,000187 menunjukkan arah hubungan antara modal inti dengan *market share* yang positif. Hal itu menunjukkan bahwa kenaikan modal inti diiringi dengan kenaikan nilai *market share* BUS.

Pengaruh jumlah kantor pelayanan terhadap *market share* Bank Umum Syariah

Nilai signifikansi Uji t variabel independen jumlah kantor pelayanan kurang dari 0,05 yakni 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jumlah kantor pelayanan dapat menentukan luasnya *market share* BUS. Nilai B positif sebesar 0,000018 menunjukkan bahwa perluasan jumlah kantor pelayanan berdampak pada meningkatnya *market share* BUS. Penelitian dengan hasil serupa adalah penelitian Siregar (2018) yang menerangkan bahwa jumlah kantor memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *market share* bank syariah. Berikutnya, Siregar (2019) juga membuktikan bahwa perluasan jaringan kantor berdampak pada pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah.

Pengaruh *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan terhadap *market share* Bank Umum Syariah

Nilai signifikansi Uji F sebesar 0,000 mengindikasikan bahwa secara simultan *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, serta jumlah kantor pelayanan berpengaruh signifikan pada *market share* BUS. *Adjusted R Square* dengan nilai 0,956 memiliki makna bahwa pengaruh *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, serta jumlah kantor pelayanan terhadap *market share* sebesar 95,6%. Sedangkan 4,4% sisanya ditentukan oleh variabel di luar penelitian. Sejalan dengan sebelumnya, Hidayat & Trisanty (2020) menyatakan bahwa permodalan, tata kelola, dan jaringan kantor mempengaruhi *market share* perbankan syariah. Keterjaminan permodalan, pelaksanaan tata kelola secara baik, serta perluasan jaringan kantor dapat menjadi strategi bagi perbankan syariah untuk menguasai pasar nasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan pengujian serta pembahasan sebelumnya, didapat kesimpulan bahwa secara parsial, *Islamic Corporate Governance* dan jumlah modal inti tidak mempengaruhi *market share* BUS secara signifikan. Sebaliknya, jumlah kantor pelayanan dapat menentukan nilai *market share* BUS di Indonesia. Secara simultan, *Islamic Corporate Governance*, jumlah modal inti, dan jumlah kantor pelayanan memberikan pengaruh pada *market share* BUS di Indonesia. Untuk itu diharapkan BUS dapat memperluas jaringan pelayanan yang ada untuk kemudahan akses layanan bagi para nasabah, serta secara bersamaan memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam melaksanakan kegiatan operasional dan berusaha dalam memajukan permodalan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memilih alat ukur lainnya seperti indeks pengungkapan ICG berkaitan dengan ICG dan rasio Kewajiban Penyediaan Modal Minimum terkait permodalan. Hal tersebut dimaksudkan karena peringkat komposit GCG sebagai alat ukur ICG dan jumlah modal inti dalam hal permodalan tidak mampu menunjukkan pengaruh ICG dan modal terhadap *market share*.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, H. W. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16–23. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>
- Ariyanto, T. (2004). Profil Persaingan Usaha dalam Industri Perbankan Indonesia. *Perbanas Finance & Banking Journal*, 6(2), 95–108.
- Aryonindito, S., & Fitrijanti, T. (2018). Pengaruh Sharia Compliance, Transparansi, dan Akuntabilitas Terhadap Market Share Bank Umum Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, 8(1), 51–61.
- Aulia, F. U., Charolina, N. M., & Febrianingrum, L. (2021). Good Corporate Governance (GCG) sebagai Faktor Penentu Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah. *Jurnal Akuntansi Integratif*, 7(2), 145–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.29080/jai.v7i2.568>
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>
- Surat Edaran BI No.12/13/DPBs/2010 Perihal Pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, (2010).
- Bank Muamalat Indonesia. (2018). Laporan Tahunan Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan. In *Bank Muamalat* (Issue 021).
- Bank Syariah Bukopin. (2020). *Laporan Pelaksanaan GCG*.
- El Junusi, R. (2012). Implementasi Syariah Governance serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 12(1), 87. <https://doi.org/10.21154/al-tahrir.v12i1.48>

- Faisol, A. (2007). Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 129. <https://doi.org/10.24014/jiq.v1i1.9044>
- Fauzi, G. (2016). Kinerja dan Langkah Strategis Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1, 517–522.
- Hidayat, A. R., & Trisanty, A. (2020). Analisis Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *At-Taqaddum*, 12(2), 183–200. <https://doi.org/10.21580/at.v12i2.6449>
- Ihsan, D. N. (2019). Hubungan Ekspansi Jaringan Kantor dan Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Aset Bank Syariah. *Akuntabilitas*, 12(1), 119–128. <https://doi.org/10.15408/akt.v12i1.12599>
- Ilyas, R. (2017). Manajemen Permodalan Bank Syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 323. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3017>
- International Finance Corporation (IFC), & Otoritas Jasa Keuangan. (2014). The Indonesia Corporate Governance Manual - First Edition. In *Otoritas Jasa Keuangan* (Vol. 1, Issue 7). <http://www.ojk.go.id/Files/box/THE-INDONESIA-CORPORATE-GOVERNANCE-MANUAL-First-Edition.pdf#search=governance>
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Raja Grafindo Persada.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012). *Statistical Techniques in Bussiness & Economics* (Fifteenth). McGraw-Hill.
- 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>
- Mandagie, Y., Amyulianthy, R., Lysandra, S., & Pratiwi, A. (2018). Analisis Rasio Keuangan dan Laporan Corporate Social Responsibility Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 5(02), 131–143. <https://doi.org/10.35838/jrap.v5i02.180>
- Mansour, W., & Bhatti, M. I. (2018). The new paradigm of Islamic corporate governance. *Managerial Finance*, 44(5), 513–523. <https://doi.org/10.1108/MF-01-2018-0043>
- Maradita, A. (2014). Karakteristik Good Corporate Governance Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional. *Yuridika*, 29(2), 191–204. <https://doi.org/10.20473/ydk.v29i2.366>
- Mardiani, L., Yadiati, W., & Jaenudin, E. (2019). Islamic Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Unit Usaha Syariah (UUS) Periode 2013-2017. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(2), 128. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i2.1411>
- Maula, A. K. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Melalui Return On Asset Bank Umum Syariah Di Indonesia*.
- Mursid, M. C., & Irviana, R. K. (2012). Analisis Segmen Pasar Dan Perilaku Nasabah Bank Syariah: Kajian Hukum Islam Terhadap Produk Hsbc Amanah Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4(2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v4i2.2532>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017a). *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-kelembagaan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017b). Siaran Pers Market Share Keuangan Syariah Capai 8 Persen. In *Otoritas Jasa Keuangan*. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Siaran-Pers-Market-Share-Keuangan-Syariah-Capai-8-Persen/Siaran Pers KSF Cibinong.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Siaran-Pers-Market-Share-Keuangan-Syariah-Capai-8-Persen/Siaran%20Pers%20KSF%20Cibinong.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021a). *Statistik Perbankan Indonesia Desember 2020*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021b). *Statistik Perbankan Syariah Desember 2020*.
- Panin Dubai Syariah Bank. (2018). *Laporan Implementasi GCG Tahun 2017*.
- Pearce II, J. A., & Robinson Jr., R. B. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (12th ed.). Salemba Empat.
- Putra, A. M., & Pangestuti, I. R. D. (2019). Pengaruh Struktur Pasar, Kompetisi, Diversifikasi, Dan Risiko Kredit Terhadap Profitabilitas Dengan Bank Size Sebagai Variabel Kontrol (Studi Pada Bank Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 117–125.
- Rahman, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah. *Analytica Islamica*, 5(2), 291–314.
- Rusydia, A. S. (2016). Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 237–246. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Ruwaidah, S. H. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 79–106. <http://eprints.walisongo.ac.id/8966/>
- Saputra, B. (2014). Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. *Akuntabilitas*, 7(2), 123–131. <https://doi.org/10.15408/akt.v7i2.2675>

- Setyowati, R. (2017). Racionalitas Pendekatan Sharia Compliance dalam meningkatkan Kepercayaan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 1(1), 1–20.
- Siregar, E. S. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Zhafir | Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.51275/zhafir.v1i1.128>
- Siregar, I. B. (2018). pengaruh Non Performing Financing (NPF), Return on Assets (ROA), Dana Pihak Ketiga dan Jumlah Kantor terhadap Market Share Bank Syariah periode tahun 2012-2016. In *Institusional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Tamalasari, Y. (2016). Pengaruh Syari 'ah Compliance terhadap Market Share Bank Syari 'ah (Studi Kasus Perbankan Syari'ah Di Surakarta). *Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Utomo, T. P. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(2).