

Pengaruh *Return On Asset (ROA)* dan *BI Rate* Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) Sebagai Variabel Intervening

Muhammad Ghifari. H^{1*}, Wahidah Abdullah², Nasrullah Bin Sapa³, St. Hafsah Umar⁴,
Asyraf Mustamin⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

* E-mail Korespondensi: ghifarihamka@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 03-05-2026

Revision: 06-05-2026

Published: 06-05-2026

DOI Article:

10.24905/mlt.v6i2.426

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Return on Asset (ROA) dan BI Rate terhadap market share perbankan syariah di Indonesia dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebagai variabel intervening pada periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan Bank Umum Syariah, data BI Rate dari Bank Indonesia, serta data market share dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sampel penelitian ditentukan dengan metode purposive sampling terhadap enam Bank Umum Syariah, dan analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap market share perbankan syariah, sedangkan BI Rate tidak berpengaruh signifikan terhadap market share, DPK berpengaruh signifikan terhadap market share, ROA berpengaruh signifikan terhadap DPK, sedangkan BI Rate tidak berpengaruh signifikan terhadap DPK, serta DPK mampu memediasi pengaruh ROA terhadap market share namun tidak mampu memediasi pengaruh BI Rate terhadap market share perbankan syariah, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor internal perbankan syariah, khususnya profitabilitas, lebih dominan dalam meningkatkan market share dibandingkan faktor eksternal berupa BI Rate.

Kata Kunci: ROA, BI Rate, Dana Pihak Ketiga, *Market Share*, Perbankan Syariah

A B S T R A C T

This study aims to analyze the effect of Return on Assets (ROA) and the BI Rate on the market share of Islamic banking in Indonesia, with Third Party Funds (DPK) as an intervening variable, for the period 2020–2024. This study uses a quantitative approach with an associative method, utilizing secondary data in the form of financial reports of Islamic Commercial Banks, BI Rate data from Bank Indonesia, and

Acknowledgment

market share data from the Financial Services Authority (OJK). The research sample was determined by purposive sampling method on six Islamic Commercial Banks, and data analysis was carried out using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method through the SmartPLS 4 application. The results of the study indicate that ROA has a significant effect on the market share of Islamic banking, while the BI Rate has no significant effect on market share, DPK has a significant effect on market share, ROA has a significant effect on DPK, while the BI Rate has no significant effect on DPK, and DPK is able to mediate the effect of ROA on market share but is unable to mediate the effect of BI Rate on the market share of Islamic banking, so it can be concluded that internal factors of Islamic banking, especially profitability, are more dominant in increasing market share compared to external factors in the form of BI Rate.

Key word: *ROA, BI Rate, Third Party Funds, Market Share, Islamic Banking*

© 2026 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

PENDAHULUAN

Industri perbankan memiliki peran sangat penting bagi perekonomian suatu negara disamping lembaga keuangan lainnya. Hal ini disebabkan karena bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menjembatani pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*). Melalui bank, masyarakat dapat menyimpan dananya dalam berbagai bentuk simpanan. Dana yang terkumpul tersebut kemudian disalurkan kembali oleh bank dalam bentuk kredit atau pembiayaan kepada sektor usaha maupun pihak lain yang membutuhkan (Nur'aeni & Zadtyva, 2019).

Sistem perbankan di Indonesia menganut *dual banking system*, yaitu adanya dua jenis bank yang beroperasi, yakni bank konvensional dan bank syariah. Oleh karena itu, regulasi yang ditetapkan Bank Indonesia terhadap keduanya memiliki perbedaan. Pada bank syariah tidak terdapat konsep bunga, melainkan keuntungan diperoleh melalui mekanisme bagi hasil, dimana bank syariah turut serta dalam kegiatan investasi (Islamiyah, 2020).

Bank syariah maupun bank konvensional, kedua perbankan tersebut sangat membutuhkan kepercayaan masyarakat sebagai nasabah yang sewaktu-waktu dapat menghimpun maupun mengambil dananya di bank. Karena salah satu sumber permodalan terbesar perbankan yaitu

dana yang dihimpun dari masyarakat atau Dana Pihak Ketiga (DPK). Oleh karena itu, mendapat kepercayaan masyarakat terhadap bank menjadi suatu hal yang sangat penting untuk kemajuan dan peningkatan *market share* perbankan (Nadzifah & Sriyana, 2020).

Di Indonesia, secara kelembagaan, perbankan syariah terbagi menjadi tiga yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan yang positif dengan semakin meningkatnya jumlah Perbankan Syariah di Indonesia walaupun terjadi penurunan pada beberapa tahun. Hal ini berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah BUS, UUS, dan BPRS

Indikator	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Bank Umum Syariah					
Jumlah Bank	14	12	13	13	14
Jumlah Kantor	2.034	2.035	2.007	1.967	1.987
Unit Usaha Syariah					
Jumlah BUK yang memiliki UUS	20	21	20	20	19
Jumlah Kantor	392	444	438	426	384
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
Jumlah Bank	163	164	167	173	174
Jumlah Kantor	627	659	668	693	706
Total Bank	197	197	200	206	207
Total Kantor	3.053	3.138	3.113	3.086	3.077

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan pada akhir tahun 2024 telah berdiri 14 Bank Umum Syariah (BUS), 19 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 174 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan total jaringan kantor sebanyak 3.077 yang ada di seluruh Indonesia. Untuk mendukung peningkatan *market share* bank syariah dibutuhkan juga kinerja masing masing bank syariah, baik berbentuk BUS maupun UUS (Saputra, 2019). Oleh karena itu, semakin banyak jumlah BUS dan UUS, maka akan mempengaruhi besar kecilnya *market share* bank syariah.

Menurut (Stanton, 2000), mengartikan *market share* dengan kondisi dimana suatu perusahaan menguasai bagian pasar tertentu. *Market share* menggambarkan posisi kompetitif perusahaan di pasar saat ini. Maka dalam hal ini, *market share* merupakan bagian pasar yang dikuasai oleh perbankan syariah. Yang dimaksud pasar disini adalah dalam ruang lingkup industri perbankan di Indonesia (Desil & Amri, 2020).

Fenomena yang sedang dihadapi bank syariah di Indonesia yaitu sulitnya memperluas *market share*, meskipun penduduk Indonesia mayoritas islam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024, jumlah penduduk Indonesia berjumlah lebih dari 281 juta jiwa dengan lebih dari 244 juta jiwa beragama islam yang artinya penduduk Indonesia merupakan mayoritas islam. Seharusnya ini menjadi peluang bank syariah untuk memiliki pangsa pasar yang banyak dibandingkan dengan bank konvensional, tetapi nyatanya masih banyak yang belum menggunakan perbankan syariah sebagai kebutuhan transaksi harian dan masih menggunakan layanan perbankan konvensional yang dalam transaksinya mengandung unsur riba (Fauzi & Murniawaty, 2020). Hal ini dapat dilihat pada *market share* perbankan syariah dan perbankan konvensional dibawah ini:

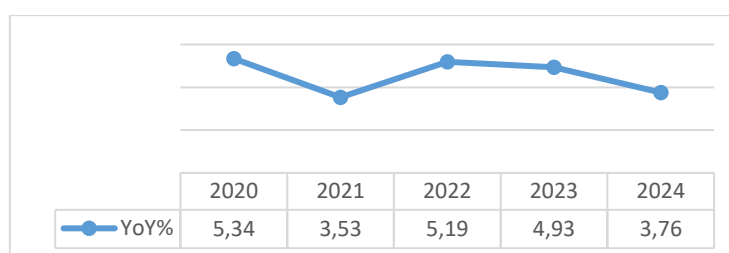
Tabel 2. Market Share Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional

Market Share	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
Perbankan Syariah	6,51%	6,74%	7,09%	7,44%	7,72%
Perbankan Konvensional	93,49%	93,26%	92,91%	92,56%	92,50%

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan pada tabel 2 dapat dilihat bahwa *market share* perbankan syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan signifikan yang telah mencapai nilai *market share* di tahun 2024 sebesar 7,72%. Sedangkan nilai *market share* perbankan konvensional dalam lima tahun terakhir mengalami penurunan. Walaupun mengalami penurunan, *market share* perbankan konvensional masih lebih tinggi sebesar 92,50% jika dibandingkan dengan *market share* perbankan syariah.

Market share perbankan syariah walaupun mengalami peningkatan, jika ditinjau berdasarkan *Year over Year Growth* (YoY), *market share* perbankan syariah mengalami pertumbuhan secara fluktuatif. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhannya. Dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1. % Year over Year Growth Market Share Perbankan Syariah 2020-2024

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Peningkatan *market share* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik internal perbankan maupun eksternal. Salah satu faktor internalnya yaitu rasio keuangan. Sedangkan faktor eksternal bank atau faktor yang berada diluar kendali bank misalnya situasi perekonomian yang terjadi dalam suatu negara, salah satunya yaitu tingkat suku bunga (Aritonang, 2023).

Suku bunga berpengaruh terhadap bank syariah meskipun bank syariah tidak mengenal adanya bunga, tetapi dengan adanya kenaikan tingkat suku bunga pada bank konvensional baik langsung maupun tidak langsung akan membawa dampak terhadap profit bank syariah. Dengan naiknya tingkat suku bunga BI, maka cenderung akan diikuti oleh naiknya suku bunga simpanan dan pinjaman pada bank konvensional, sehingga masyarakat akan lebih memilih menyimpan dananya di bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah, karena bunga simpanan pada bank konvensional naik yang pada akhirnya tingkat pengembalian yang akan diperoleh nasabah penyimpan dana juga akan mengalami peningkatan (Perdana et al., 2020).

Kenaikan *BI Rate* menyebabkan likuiditas perbankan semakin ketat, sehingga bank mengalami kesulitan memperoleh dana murah dari pihak ketiga (giro, tabungan, deposito), karena harus menyesuaikan dengan menaikkan suku bunga Dana Pihak Ketiga (DPK). Kondisi ketatnya likuiditas ini juga mendorong peningkatan suku bunga di Pasar Uang Antar Bank (PUAB), yang pada akhirnya mengakibatkan meningkatnya biaya dana (*Cost of Fund*) bagi perbankan. Pengalaman krisis ekonomi yang pernah menekan industri perbankan nasional memberikan pelajaran penting, bahwa kredit yang disalurkan bank tidak selalu mampu memberikan manfaat langsung maupun nilai tambah yang dirasakan nasabah. Akibatnya, ketika terjadi peningkatan bunga kredit yang fantastik, nilai usaha nasabah sudah tidak sebanding lagi dengan pembiayaan yang diberikan. Oleh karena itu, dengan adanya kenaikan tingkat suku bunga pada bank-bank umum baik langsung maupun tidak langsung akan membawa dampak terhadap tingkat profit bank syariah (Elkamiliati & Ibrahim, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Arif & Rahmawati (2018) mengatakan suku bunga berpengaruh positif terhadap *market share*. Sedangkan penelitian Fatihin, dkk., (2020) dan Muyassar (2019) menyatakan suku bunga berpengaruh negatif terhadap *market share* perbankan syariah. Upaya untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah juga dibutuhkan kinerja setiap Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia. Kinerja tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator, salah satunya yaitu rasio keuangan. Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Return on Asset* (ROA).

ROA merupakan indikator profitabilitas yang mempengaruhi *market share*. Apabila profitabilitas suatu bank mengalami peningkatan yang signifikan, maka masyarakat akan percaya untuk menempatkan dananya pada bank tersebut karena masyarakat akan memperhatikan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan. Oleh karena itu, semakin besar ROA suatu bank semakin besar juga tingkat keuntungan yang dicapai dan semakin baik kinerja dan posisi *market share* bank tersebut (Saputra, 2019).

Rasio profitabilitas juga sangat penting untuk diamati mengingat keuntungan yang memadai diperlukan untuk mempertahankan arus sumber-sumber modal. Keuntungan atau laba dalam bank syariah didapat dari usahanya mengelola DPK melalui berbagai skema pembiayaan atau pembelian surat berharga. Pengembalian dari pembiayaan tersebut bisa berupa bagi hasil, *fee* atau margin. Semakin besar pembiayaan yang disalurkan maka potensi pendapatan yang akan diperoleh semakin besar pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014) dan Muyassar (2019) mengatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Sementara Arif & Rahmawati (2018) mengungkapkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah. *Market share* perbankan syariah menjadi penting dan sangat menarik untuk diteliti karena sampai saat ini pemangku kepentingan maupun perbankan syariah di Indonesia masih menggali tentang bagaimana cara untuk dapat meningkatkan *market share* bank syariah di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengkaji hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan intervensi langsung terhadap variabel-variabel yang diteliti (Wahyuni & Rindrayani 2025). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang telah terdaftar pada Bank Indonesia (BI) maupun Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling*, dari kriteria *purposive sampling* diatas, terdapat 6 bank yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank Mega Syariah, PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Tbk, PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk, dan PT. Bank Victoria Syariah. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4, yang menerapkan metode *Partial Least Squares* (PLS) dan *Structural Equation Modeling* (SEM)

berbasis varians.

HASIL

Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model berfokus pada hubungan antara variabel laten dan indikator. Pengujian pada outer model bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel laten memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Sebelum mendapatkan hasil pengujian, berikut merupakan data rata-rata variabel:

Tabel 3. Outer Model

	Mean
BSI X1.1	1,889
BTPNS X1.2	9,078
BMI X1.3	0,056
BMS X1.4	2,209
BVIS X1.5	0,698
PNBS X1.6	0,572
X2	4,738
BSI Z1	216837162,400
BTPNS Z2	11244060,250
BMI Z3	44070323,300
BMS Z4	9967048,300
BVIS Z5	1273235,200
PNBS Z6	10116055,350
Y	6,846

Sumber: data diolah (2026)

Ada tiga jenis pengujian utama dalam outer model yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas.

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor* atau nilai *Average Variance Extracted* (AVE).

Loading factor

Loading factor adalah nilai yang menunjukkan seberapa kuat hubungan (korelasi) antara suatu indikator dan konstruk (variabel laten) yang diukurnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai di atas 0.70.

Tabel 4. Hasil *Outer Loading*

	ROA	BI Rate	DPK	<i>Market Share</i>
BSI X1.1	0.794			
BTPNS X1.2	0.937			
BMI X1.3	0.808			
BMS X1.4	0.942			
BVIS X1.5	0.937			
PNBS X1.6	0.799			
X2		1.000		
BSI Z1			0.925	
BTPNS Z2			0.872	
BMI Z3			0.714	
BMS Z4			0.944	
BVIS Z5			0.950	
PNBS Z6			0.941	
Y				1.000

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pada tabel 4 dapat dilihat bahwa seluruh indikator menunjukkan nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Average Variance Extracted (AVE)

Selain melihat nilai dari *loading factor*, validitas juga dapat dilihat dari nilai AVE. Variabel dikatakan valid jika memiliki nilai AVE > 0.50.

Tabel 5. Hasil AVE (*Average Variance Extracted*)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
ROA	0.761
BI Rate	1.000
DPK	0.801
Market Share	1.000

Sumber: data diolah (2026)

Hasil pada tabel AVE di atas menunjukkan bahwa variabel ROA memiliki nilai AVE sebesar 0.761, BI *Rate* sebesar 1.000, DPK sebesar 0.801, dan *market share* sebesar 1.000 yang artinya semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE > 0.50. Hal ini mengindikasikan bahwa keempat variabel tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen dan dinyatakan valid.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain. Untuk memastikan bahwa penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik, maka yang digunakan dalam tahap ini yaitu *cross loading* atau *fornell-larcker*. Dalam tahap ini, peneliti menggunakan *cross loading* sebagai tes validasi diskriminan.

Tabel 6. Hasil *Cross Loading*

	ROA	BI Rate	DPK	Market Share
BSI X1.1	0.794	-0.004	0.466	0.131
BTPNS X1.2	0.937	0.001	0.864	0.591
BMI X1.3	0.808	0.002	0.805	0.788
BMS X1.4	0.942	0.002	0.854	0.722
BVIS X1.5	0.937	0.001	0.864	0.591
PNBS X1.6	0.799	-0.002	0.455	0.263
X2	0.001	1.000	-0.012	0.006
BSI Z1	0.744	-0.045	0.925	0.907
BTPNS Z2	0.733	-0.065	0.872	0.724
BMI Z3	0.481	-0.049	0.714	0.551
BMS Z4	0.865	0.000	0.944	0.898
BVIS Z5	0.913	0.008	0.950	0.751
PNBS Z6	0.881	0.061	0.941	0.901
Y	0.665	0.006	0.894	1.000

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa setiap indikator memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk (variabel laten) yang seharusnya diukurnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator memiliki hubungan yang lebih kuat dengan konstruk utamanya dibandingkan dengan konstruk lainnya, yang menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dianalisis menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas 0.70 dan *composite reliability* di atas 0.70.

Tabel 7. Nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability
ROA	0.939	0.950
BI Rate	1.000	1.000
DPK	0.949	0.960
Market Share	1.000	1.000

Sumber: data diolah (2026)

Cronbach's alpha

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel ROA (0.939), *BI Rate* (1.000), *DPK* (0.949), dan *Market Share* (1.000). Semua nilai *cronbach's alpha* tersebut berada > 0.70 , sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Composite reliability

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk variabel ROA (0.950), *BI Rate* (1.000), *DPK* (0.960), dan *Market Share* (1.000). Semua nilai *composite reliability* tersebut berada > 0.70 , sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi terhadap model struktural dilakukan dengan menganalisis nilai *R-square* untuk variabel dependen serta nilai koefisien jalur (*path coefficient*) untuk variabel independen. Selanjutnya, signifikansi hubungan antar variabel diuji berdasarkan nilai *T-statistic* dari masing-masing jalur.

R-Square

R-Square digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi. Nilai *R-square* 0.75 (kuat), 0.50 (moderat) dan 0.25 (lemah).

Tabel 8. Hasil R-Square (R^2)

Var. Dependen	R-square	R-square adjusted
DPK (Y1)	0.768	0.740
Market Share (Y2)	0.860	0.833

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji *R-square* (R^2) menunjukkan besarnya proporsi varian pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya dalam model. Nilai R^2 untuk variabel *DPK* sebesar 0.768 menunjukkan bahwa 76.8% variasi dalam *DPK* dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk independen yang mempengaruhinya dalam model, sedangkan sisanya 23.2% dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Nilai ini termasuk kategori kuat ($R^2 > 0.75$). Sementara itu, nilai R^2 untuk variabel *Market Share* sebesar 0.860 menunjukkan bahwa 86% variasi dalam *Market Share* dapat dijelaskan oleh konstruk dalam model, sedangkan sisanya 14% dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Nilai ini termasuk kategori kuat ($R^2 > 0.75$).

F-Square

F-square dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh relatif dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Nilai *F-square* adalah 0.02 (lemah), 0.15 (moderat) dan 0.35 (kuat).

Tabel 9. Hasil F-Square

Variabel	ROA (X1)	BI Rate (X2)	DPK (Y1)	Market Share (Y2)
X1			3.303	0.429
X2			0.001	0.004
Y1				2.973
Y2				

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel *F-square* di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

X1 → Y1 = 3.303 (Kuat)

X1 → Y2 = 0.429 (Kuat)

X2 → Y1 = 0.001 (Lemah)

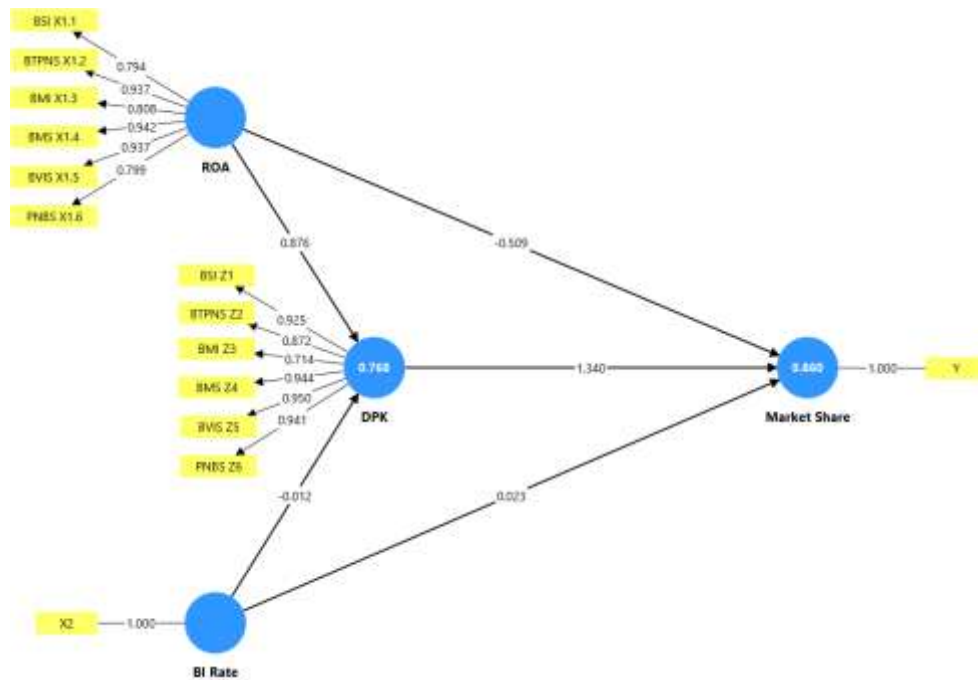
X2 → Y2 = 0.004 (Lemah)

Y1 → Y2 = 2.973 (Kuat)

Pengujian Hipotesis***Path Coefficients (Direct Effect)***

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai P-value dan T-statistic sebagai indikator signifikansi hubungan antar variabel. Batas tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai P-value $< 0,05$ dan T-statistic > 1.960 , yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Sebaliknya, jika P-value $> 0,05$ atau T-statistic < 1.960 , maka hipotesis dinyatakan ditolak karena tidak menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel.

Gambar 2. Model Struktural



Tabel 10. Hasil Path Coefficient (Direct Effect)

Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
ROA -> Market Share	-0.509	-0.536	0.241	2.109	0.018
BI Rate -> Market Share	0.023	0.026	0.100	0.225	0.411
DPK -> Market Share	1.340	1.369	0.192	6.990	0.000
ROA -> DPK	0.876	0.880	0.050	17.395	0.000
BI Rate -> DPK	-0.012	-0.008	0.123	0.101	0.460

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil koefisien jalur (*path coefficient*) yang ditampilkan di atas, dapat dirumuskan persamaan sebagai berikut:

$$Y1 = 0.876X_1 + -0.012X_2 + \epsilon_1$$

$$Y2 = -0.509X_1 + 0.023X_2 + 1.340Y_1 + \epsilon_2$$

Tabel tersebut menyajikan nilai-nilai koefisien jalur secara keseluruhan yang menggambarkan pengaruh langsung antar variabel dalam model. Penjelasan berikut ini akan menguraikan hasil pengujian masing-masing hipotesis berdasarkan nilai-nilai tersebut.

Pengaruh ROA terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel ROA memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yaitu -0.509 (negatif). Namun, nilai *T-statistic* yaitu 2.109 (>1.960), dan *P-value* yaitu 0.018 (<0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Sehingga, hipotesis pertama (H1) ditolak, yang berarti ROA (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah (Y2).

Pengaruh BI *Rate* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel BI *Rate* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yaitu 0.023 (positif). Selanjutnya, nilai *T-statistic* yaitu 0.225 (<1.960), dan *P-value* yaitu 0.411 (>0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Sehingga, hipotesis kedua (H2) ditolak, yang berarti BI *Rate* (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah (Y2).

Pengaruh DPK terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yaitu 1.340 (positif). Selanjutnya, nilai *T-statistic* yaitu 6.990 (>1.960), dan *P-value* yaitu 0.000 (<0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) diterima, yang berarti DPK (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah (Y2).

Pengaruh ROA terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK). Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yaitu 0.876 (positif). Selanjutnya, nilai *T-statistic* yaitu 17.395 (>1.960), dan *P-value* yaitu 0.000 (<0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Sehingga, hipotesis keempat (H4) diterima, yang berarti ROA (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) (Y1).

Pengaruh BI Rate terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel BI Rate memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK). Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yaitu -0.012 (negatif). Selanjutnya, nilai T-statistic yaitu 0.101 (<1.960), dan P-value yaitu 0.460 (>0.05) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Sehingga, hipotesis kelima (H5) ditolak, yang berarti BI Rate (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) (Y1).

Indirect Effect

Indirect effect atau pengaruh tidak langsung adalah pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel perantara atau intervening (mediator). Kriterianya adalah sebagai berikut:

Jika T-statistic > 1.960 atau P-value < 0.05 → *Indirect effect* valid (signifikan).

Jika T-statistic < 1.960 atau P-value > 0.05 → *Indirect effect* tidak valid (tidak signifikan).

Tabel 11. Hasil Indirect Effect

Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
ROA -> DPK -> Market Share	1.174	1.202	0.173	6.805	0.000
BI Rate -> DPK -> Market Share	-0.017	-0.011	0.171	0.097	0.461

Sumber: data diolah (2026)

Tabel tersebut menyajikan nilai-nilai koefisien jalur secara keseluruhan yang menggambarkan pengaruh tidak langsung antar variabel dalam model. Penjelasan berikut ini akan menguraikan hasil pengujian hipotesis berdasarkan nilai-nilai tersebut.

Pengaruh ROA terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK

Pengaruh tidak langsung ROA (X1) terhadap Market Share Perbankan Syariah (Y2) melalui DPK (Y1) memiliki koefisien 1.174 (positif). Lalu, nilai T-statistic 6.805 (>1.960) dan P-value 0.000 (<0.05), yang berarti signifikan. Dengan demikian, DPK dapat berperan sebagai

mediator signifikan dalam hubungan antara pengaruh ROA terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia, sehingga hipotesis keenam (H6) diterima.

Pengaruh BI Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK

Pengaruh tidak langsung BI Rate (X2) terhadap *Market Share* Perbankan Syariah (Y2) melalui DPK (Y1) memiliki koefisien -0.017 (negatif). Lalu, nilai T-statistic 0.097 (<1.960) dan P-value 0.461 (>0.05), yang berarti tidak signifikan. Dengan demikian, DPK tidak dapat berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara pengaruh BI Rate terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia, sehingga hipotesis ketujuh (H7) ditolak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian ini, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, serta hubungan yang dimediasi oleh variabel intervening telah dilakukan serangkaian pengujian statistik. Berikut ini berisi tabel hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

Tabel 12. Hasil Uji Data

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	ROA berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia	Ditolak
H2	BI Rate berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia	Ditolak
H3	DPK berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia	Diterima
H4	ROA berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)	Diterima
H5	BI Rate berpengaruh terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)	Ditolak
H6	ROA berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK	Diterima
H7	BI Rate berpengaruh terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK	Ditolak

Sumber: data diolah (2026)

Pengaruh ROA terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia

Return on Asset (ROA) merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan atau bank dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimilikinya, sehingga semakin besar nilai ROA menunjukkan bahwa semakin efisien perusahaan dalam mengelola aset untuk memperoleh keuntungan (Muyassar, 2019).

Market share merupakan salah satu indikator utama perusahaan yang digunakan dalam mengukur seberapa baik yang dilakukan perusahaan daripada pesaingnya, karena tujuan perusahaan adalah untuk mencapai keunggulan yang kompetitif (Shadeni & NR, 2022).

Hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *Return on Asset* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0.509 (negatif) dan nilai P-value sebesar 0.018 (<0.05). Dengan demikian, hipotesis pertama ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan ROA tidak secara langsung mendorong peningkatan pangsa pasar, karena ROA lebih mencerminkan kinerja internal bank. Sementara itu, masyarakat tidak hanya menjadikan tingkat profitabilitas sebagai pertimbangan utama dalam memilih bank syariah, melainkan lebih mempertimbangkan faktor kepercayaan, layanan, dan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan *Agency Theory* yang menyatakan bahwa manajemen seharusnya menggunakan aset secara optimal untuk meningkatkan keuntungan dan memperluas pangsa pasar. Secara teoritis, ROA yang meningkat seharusnya mendorong naiknya *market share* perbankan syariah. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa ROA justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share*. Dari sisi *Loanable Funds Theory*, tingginya ROA juga tidak serta-merta meningkatkan penawaran dana atau pembiayaan yang dapat memperkuat posisi bank di pasar. Dengan demikian, meskipun teori mengharapkan adanya pengaruh positif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan *market share* perbankan syariah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu. Misalnya, penelitian Fatihin et al. (2020), dan Purboastuti et al. (2019) menemukan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, sehingga semakin tinggi profitabilitas bank syariah maka semakin besar pula kemampuan bank untuk memperluas pangsa pasarnya. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Fuadah & Hakimi (2020) yang menyatakan bahwa ROA, bersama dengan NPF, BOPO, dan FDR, berpengaruh negatif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, serta didukung oleh Dwi Rahayu (2021) yang juga menemukan bahwa ROA secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* bank

syariah di Indonesia. Perbedaan ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak selalu menjadi faktor penentu peningkatan *market share*.

Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia pada periode ini terbukti negatif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa meskipun perubahan ROA mencerminkan kinerja profitabilitas bank, dampaknya tidak searah dalam mendorong pertumbuhan pangsa pasar secara langsung. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu ketidaksejajaran antara perubahan profitabilitas dan pertumbuhan *market share*. Kondisi ini tercermin pada tahun 2020, dimana ROA mengalami penurunan sebesar 0,19% sedangkan *market share* mengalami peningkatan sebesar 0,52%. Pola tersebut menunjukkan bahwa *market share* tidak sepenuhnya ditentukan oleh tingkat profitabilitas (ROA), karena ROA lebih merefleksikan efisiensi dan kinerja internal bank. Faktor lainnya yaitu masyarakat tidak hanya menjadikan ROA sebagai indikator utama dalam memilih bank, melainkan lebih mempertimbangkan faktor kepercayaan, kemudahan layanan, dan prinsip syariah. Oleh karena itu, secara statistik hubungan ROA terhadap *market share* pada periode ini menunjukkan arah pengaruh yang negatif dan signifikan.

Dalam perspektif Islam, hasil penelitian ini mengingatkan bahwa profitabilitas tidak boleh menjadi satu-satunya tujuan dalam pengelolaan aset, tetapi harus sejalan dengan prinsip amanah dan kemaslahatan umat. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisā’/4:58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahnya:

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” (Kemenag, 2019)

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa ayat ini menegaskan kewajiban mengelola amanah secara benar, adil, dan tidak merugikan pihak mana pun. Amanah tidak hanya menyangkut harta pribadi, tetapi juga mencakup pengelolaan dana masyarakat dalam institusi keuangan. Oleh karena itu, meskipun ROA meningkat, peningkatan tersebut tidak boleh hanya menggambarkan efisiensi internal, tetapi juga harus mencerminkan upaya memperluas manfaat

bagi nasabah melalui peningkatan layanan, pembiayaan, dan penghimpunan dana (Tafsir Ibnu Katsir, 2004).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip amanah tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam peningkatan *market share*. Profitabilitas yang tinggi tidak otomatis menarik lebih banyak nasabah jika tidak diiringi peningkatan nilai maslahat, transparansi, dan pelayanan yang sesuai prinsip syariah. Dengan demikian, temuan ini mengingatkan pentingnya keseimbangan antara pencapaian laba dan tanggung jawab sosial, sebagaimana ditegaskan Islam bahwa keberkahan harta tidak hanya diukur dari jumlah keuntungan, tetapi dari sejauh mana keuntungan tersebut memberi manfaat bagi masyarakat luas.

Pengaruh BI *Rate* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia

BI *Rate* merupakan target suku bunga jangka pendek dan jangka panjang yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebagai instrumen kebijakan moneter selaku bank sentral. Sebagai representasi arah kebijakan suku bunga jangka pendek bertujuan untuk mencapai target inflasi yang diinginkan. Dalam jangka panjang, BI *Rate* berdampak pada suku bunga dalam Pasar Uang antar Bank (PUAB), suku bunga kredit, dan suku bunga lainnya (Sumarna, 2018).

Market share merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. Hal ini digunakan sebagai indikator untuk menentukan tingkat kekuatan pasar suatu perusahaan. Pangsa pasar yang semakin besar, maka dapat diindikasikan kekuatan pasar perusahaan tersebut juga semakin tinggi (Assauri, 2001).

Hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa BI *Rate* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Namun berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa BI *Rate* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0.023 (positif) dan nilai P-value sebesar 0.411 (>0.05). Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BI *Rate* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan BI *Rate* tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap pangsa pasar perbankan syariah,

karena operasional bank syariah tidak berbasis bunga. Selain itu, nasabah bank syariah cenderung lebih mempertimbangkan faktor kepatuhan syariah, kepercayaan, dan kualitas layanan dibandingkan perubahan suku bunga acuan.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan *Loanable Funds Theory* yang menjelaskan bahwa perubahan suku bunga seharusnya memengaruhi pergerakan dana masyarakat. Secara teoritis, kenaikan *BI Rate* dapat menarik dana ke perbankan konvensional dan menekan *market share* perbankan syariah. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa *BI Rate* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *market share*. Hal ini berarti bahwa pada periode ini, perubahan *BI Rate* tidak cukup kuat memengaruhi perpindahan dana nasabah dan tidak menjadi faktor dalam naik turunnya pangsa pasar bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *BI Rate* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Temuan ini berbeda dengan sebagian besar penelitian terdahulu, seperti Fatihin et al. (2020), dan Muyassar (2019) yang menemukan bahwa *BI Rate* justru berpengaruh negatif signifikan terhadap *market share*. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kenaikan *BI Rate* biasanya mendorong nasabah memindahkan dana ke bank konvensional sehingga menurunkan pangsa pasar bank syariah. Namun, hasil penelitian ini justru sejalan dengan temuan Fathurrahman dan Asriyanti (2022) yang menyatakan bahwa *BI Rate* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, sehingga menunjukkan bahwa perubahan *BI Rate* tidak selalu memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan atau penurunan *market share* bank syariah.

Pengaruh *BI Rate* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia pada periode penelitian ini terbukti positif namun tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa meskipun perubahan *BI Rate* cenderung diikuti oleh perubahan *market share* dengan arah yang sama, dampaknya relatif lemah dan tidak cukup kuat secara statistik. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah ketidakkonsistenan hubungan antara pergerakan *BI Rate* dan pertumbuhan *market share*. Kondisi ini tercermin pada tahun 2024, dimana *BI Rate* mengalami fluktuasi berupa kenaikan sebesar 0,25% yang kemudian kembali turun sebesar 0,25%, sementara pada periode yang sama *market share* perbankan syariah justru mengalami peningkatan sebesar 0,34%. Pola ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa perubahan *market share* perbankan syariah tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh *BI Rate*, mengingat sistem operasional perbankan syariah tidak berbasis bunga. Faktor lainnya yaitu bahwa masyarakat

terhadap perubahan BI *Rate* relatif terbatas karena nasabah bank syariah lebih mempertimbangkan prinsip syariah dan kepercayaan dibandingkan perubahan suku bunga acuan. Oleh karena itu, secara statistik hubungan BI *Rate* terhadap *market share* menunjukkan arah pengaruh positif namun tidak signifikan.

Meskipun BI *Rate* mengalami kenaikan atau penurunan, nasabah bank syariah tidak menjadikan indikator tersebut sebagai dasar utama dalam mengambil keputusan. Dalam perspektif Islam, perilaku ekonomi seorang muslim seharusnya didasari oleh prinsip kehati-hatian (*al-tatsabbur*) dan orientasi pada kemaslahatan. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Hasyr/59:18;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعَادٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Kemenag, 2019)

Menurut tafsir As-Sa’diy, ayat ini mengajarkan pentingnya sikap kehati-hatian dan pertimbangan matang dalam setiap keputusan, termasuk keputusan finansial, agar tidak terpengaruh oleh faktor yang bersifat duniawi dan fluktuatif semata. (As-Sa’diy, 2021)

Dalam konteks ini, ayat tersebut menggambarkan bahwa sebagian nasabah bank syariah memilih layanan syariah bukan karena pengaruh perubahan BI *Rate*, tetapi karena kesadaran untuk memilih sistem keuangan yang lebih aman, berkah, dan sesuai dengan prinsip kehati-hatian yang diperintahkan dalam Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keislaman yang mengedepankan kemaslahatan dan ketakwaan lebih mendominasi dalam menentukan *market share* bank syariah dibandingkan makroekonomi seperti BI *Rate*.

Pengaruh DPK terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia

DPK merupakan dana yang dihimpun dari masyarakat yang sengaja dititipkan kepada bank syariah untuk dikelola dan diharapkan mendapat keuntungan setelahnya. Dana yang paling digunakan oleh bank dan menjadi sumber dana terbesar berasal dari DPK (Asriningrum, 2019).

Market share merupakan salah satu indikator utama perusahaan yang digunakan dalam mengukur seberapa baik yang dilakukan perusahaan daripada pesaingnya, karena tujuan perusahaan adalah untuk mencapai keunggulan yang kompetitif.

Hipotesis ketiga pada penelitian ini menyatakan bahwa DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 1.340 (positif) dan nilai P-value sebesar 0.000 (<0.05). Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat, semakin besar pula kemampuan bank syariah dalam menyalurkan pembiayaan dan memperluas aktivitas usahanya. Peningkatan DPK juga mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan pangsa pasar.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah selaras dengan *Agency Theory* dan *Loanable Funds Theory*. Dalam *Agency Theory*, meningkatnya DPK mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat kepada manajemen bank sebagai agen dalam mengelola dana secara aman dan produktif, sehingga bank mampu memperluas aktivitas pembiayaan dan memperkuat posisi pasar. Sementara itu, menurut *Loanable Funds Theory*, bertambahnya DPK berarti meningkatnya penawaran dana yang dapat disalurkan, sehingga kapasitas bank untuk memberikan pembiayaan semakin besar dan berdampak langsung pada peningkatan *market share*. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan menghimpun DPK menjadi faktor penting dalam memperluas pangsa pasar bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu. Penelitian Evi Supriyatin (2022) membuktikan bahwa DPK berpengaruh positif terhadap *market share* bank syariah, demikian pula penelitian Fathurrahman & Asriyanti (2022) yang menyatakan bahwa DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kesesuaian hasil ini dengan penelitian sebelumnya memperkuat bahwa kemampuan bank syariah dalam menghimpun DPK menjadi faktor yang mendorong perluasan *market share* di industri perbankan syariah.

Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia pada periode penelitian ini terbukti positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa peningkatan DPK berperan langsung dalam mendorong pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu kesesuaian arah pergerakan antara DPK dan *market share*. Kondisi ini tercermin pada tahun 2020, dimana DPK perbankan syariah mengalami peningkatan yang diikuti oleh peningkatan *market share* pada periode yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar dana masyarakat yang berhasil dihimpun, semakin besar pula kemampuan bank syariah dalam memperluas pembiayaan dan layanan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan pangsa pasar. Faktor lainnya yaitu bahwa DPK mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah, di mana meningkatnya kepercayaan tersebut mendorong masyarakat untuk menempatkan dananya serta memperkuat posisi perbankan syariah di industri perbankan nasional. Oleh karena itu, secara statistik hubungan DPK terhadap *market share* pada periode ini menunjukkan arah pengaruh yang positif dan signifikan.

Selain relevansi teoritis dan empirisnya, pengaruh positif DPK terhadap *market share* juga dapat dipahami melalui perspektif Islam yang menekankan pentingnya kepercayaan dan stabilitas dalam pengelolaan harta. Dalam perbankan syariah, DPK merupakan bentuk titipan yang berasal dari keyakinan masyarakat bahwa dana mereka akan dikelola sesuai prinsip yang halal dan aman. Nilai ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Mu'minin/23:8, yaitu:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Terjemahnya:

“Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanah-amanah dan janjinya,”
(Kemenag, 2019)

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa ayat ini menggambarkan ciri orang beriman, yaitu menjaga setiap amanah baik berupa harta, tugas, maupun tanggung jawab, serta menuaiknya dengan penuh kesungguhan (Tafsir Ibnu Katsir, 2004).

Hal ini berhubungan dengan peran bank syariah sebagai penjaga amanah dana masyarakat. Ketika bank mampu menjalankan tugas tersebut dengan profesional dan sesuai syariat, kepercayaan masyarakat akan meningkat sehingga DPK juga meningkat. Naiknya DPK kemudian memperkuat kemampuan bank dalam memperluas pembiayaan dan layanan, yang

pada akhirnya menaikkan *market share*. Dengan demikian, hasil penelitian ini mencerminkan bahwa keberhasilan bank syariah dalam meningkatkan pangsa pasar tidak hanya berdasar pada aspek teknis perbankan, tetapi juga pada penerapan prinsip-prinsip amanah dan keadilan dalam pengelolaan dana umat.

Pengaruh ROA terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)

Return on Asset (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA menunjukkan bahwa kinerja keuangan bank semakin baik karena bank mampu mengelola aset secara efektif untuk menghasilkan keuntungan.

Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah dana yang dihimpun oleh bank dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito yang menjadi sumber dana utama bagi kegiatan operasional perbankan. Besarnya DPK mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank serta menentukan kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan (Siregar, 2025).

Hipotesis keempat pada penelitian ini menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap DPK. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap DPK. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0.876 (positif) dan nilai P-value sebesar 0.000 (<0.05). Dengan demikian, hipotesis keempat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat profitabilitas bank, semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya di bank syariah. ROA yang meningkat mencerminkan kinerja bank yang sehat dan efisien dalam mengelola aset, sehingga memberikan keyakinan bagi nasabah bahwa dananya dikelola dengan baik.

Hasil hipotesis ini dapat dijelaskan melalui *Agency Theory*. Teori ini menyatakan bahwa manajemen sebagai pihak yang mengelola bank (agen) harus bekerja untuk kepentingan pemilik dan masyarakat (*principal*). Ketika bank mampu menghasilkan ROA yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola aset dengan baik dan bank berada dalam kondisi yang sehat. Kinerja yang baik tersebut membuat masyarakat semakin percaya dan merasa aman untuk menyimpan dananya di bank, sehingga jumlah DPK meningkat. Dengan

kata lain, meningkatnya ROA menjadi bukti bahwa agen menjalankan perannya dengan baik, dan kepercayaan *principal* ditunjukkan melalui bertambahnya dana yang mereka titipkan kepada bank. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan konsep *Agency Theory* bahwa kinerja yang baik dari agen akan mendorong respon positif dari *principal*.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap DPK sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa profitabilitas bank merupakan faktor penting dalam menarik dana masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu, misalnya seperti penelitian Afrizal (2017) membuktikan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap DPK, demikian pula penelitian Sari & Aisyah (2022) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap DPK. Kesesuaian hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas bank yang tercermin dari ROA, maka semakin besar pula kemampuan bank syariah dalam menghimpun DPK yang didorong oleh tingginya penyaluran pembiayaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif ROA terhadap DPK diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan ROA diikuti oleh peningkatan DPK, yang dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, ROA yang tinggi mencerminkan kinerja dan profitabilitas bank yang baik sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya pada perbankan syariah. Kedua, kinerja keuangan yang sehat memperkuat citra dan reputasi bank syariah, yang berdampak positif terhadap minat masyarakat dalam menghimpun dana. Oleh karena itu, ROA merupakan salah satu faktor penting yang secara nyata memengaruhi peningkatan Dana Pihak Ketiga pada perbankan syariah.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa peningkatan ROA memberikan sinyal positif kepada masyarakat bahwa bank mengelola asetnya dengan baik, sehingga mendorong lebih banyak nasabah untuk menitipkan dananya melalui DPK. Dalam perbankan syariah, kepercayaan ini sangat penting karena nasabah tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi juga menilai sejauh mana bank menjalankan tanggung jawab secara jujur dan sesuai prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra'/17:34;

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa, dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya.” (Kemenag, 2019)

Menurut tafsir Al-Muyassar, ayat ini mengajarkan bahwa setiap tanggung jawab atau komitmen yang diberikan, baik terkait harta maupun kepercayaan, harus dipenuhi dengan baik karena akan dimintai pertanggung-jawaban oleh Allah (Mashudi, 2019). Dalam konteks perbankan syariah, meningkatnya DPK ketika ROA naik mencerminkan bahwa bank telah menunaikan amanah pengelolaan dana dengan benar, sehingga masyarakat memberikan respon positif berupa peningkatan dana yang ditiptkan. Dengan demikian, hubungan positif antara ROA dan DPK tidak hanya menggambarkan kinerja keuangan yang baik, tetapi juga selaras dengan prinsip amanah dan tanggung jawab dalam Islam.

Pengaruh BI *Rate* terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)

BI *Rate* merupakan suku bunga yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, dimana suku bunga ini akan menjadi acuan bagi lembaga keuangan di seluruh Indonesia untuk menetapkan besarnya suku bunga yang akan ditawarkan kepada nasabah, termasuk suku bunga pinjaman dan tabungan (Aritonang, 2023).

DPK merupakan dana yang dihimpun oleh bank dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito yang menjadi sumber dana utama bagi kegiatan operasional perbankan. Besarnya DPK mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank serta menentukan kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan (Siregar, 2025).

Hipotesis kelima pada penelitian ini menyatakan bahwa BI *Rate* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap DPK. Namun berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa BI *Rate* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap dana pihak ketiga. Sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0.012 (negatif) dan nilai P-value sebesar 0.460 (>0.05). Dengan demikian, hipotesis kelima ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BI *Rate* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan BI *Rate* cenderung menurunkan DPK, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Kondisi ini disebabkan karena perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga, sehingga perubahan BI *Rate* tidak secara langsung memengaruhi keputusan nasabah dalam menempatkan dananya. Selain itu, nasabah bank syariah umumnya lebih

mempertimbangkan faktor kepercayaan, prinsip syariah, dan kualitas layanan dibandingkan perubahan suku bunga acuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *BI Rate* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK). Jika dikaitkan dengan *Loanable Funds Theory*, ketika *BI Rate* meningkat, bank konvensional biasanya menaikkan bunga simpanan sehingga secara teori, masyarakat akan lebih tertarik memindahkan dana mereka ke bank konvensional. Kondisi ini seharusnya menurunkan DPK bank syariah, sehingga arah hubungan negatif yang ditemukan sesuai dengan teori tersebut. Namun, hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan menandakan bahwa perubahan *BI Rate* tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan nasabah syariah dalam menempatkan dananya. Dengan kata lain, meskipun arah pengaruhnya sesuai dengan prediksi teori, secara empiris *BI Rate* tidak memberikan dampak yang besar terhadap naik turunnya DPK pada bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *BI Rate* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) pada perbankan syariah. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti Prasetyoningrum (2015) yang menyatakan bahwa *BI Rate* berpengaruh negatif terhadap DPK, serta Rio Satria (2016) yang menyimpulkan bahwa *BI Rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga pada bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan *BI Rate* tidak memberikan dampak yang berarti terhadap besar kecilnya DPK pada bank syariah.

Pengaruh *BI Rate* terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah di Indonesia pada periode penelitian ini terbukti negatif dan tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa meskipun kenaikan *BI Rate* cenderung diikuti oleh penurunan DPK, dampaknya relatif lemah dan tidak cukup kuat secara statistik. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu ketidakkonsistenan respons DPK terhadap perubahan *BI Rate*. Kondisi ini tercermin pada tahun 2024, dimana *BI Rate* mengalami fluktuasi berupa kenaikan sebesar 0,25% yang kemudian kembali turun sebesar 0,25%, namun perubahan tersebut tidak diikuti oleh penurunan DPK. Hal ini menunjukkan bahwa penghimpunan DPK perbankan syariah tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh kebijakan suku bunga acuan, mengingat mekanisme operasional bank syariah tidak berbasis bunga. Faktor lainnya yaitu bahwa masyarakat dalam menempatkan dananya di bank syariah lebih mempertimbangkan tingkat kepercayaan serta kepatuhan terhadap prinsip syariah dibandingkan perubahan *BI Rate*, sehingga secara statistik

hubungan BI *Rate* terhadap DPK pada periode ini menunjukkan arah pengaruh yang negatif dan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan prinsip Islam yang menegaskan bahwa perilaku ekonomi seorang muslim hendaknya tidak dipengaruhi oleh imbal hasil berbasis bunga, melainkan oleh dorongan untuk mencari rezeki yang halal dan diridhoi Allah. Hal ini tercermin dalam QS. Al-Jumu'ah/62:10;

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (Kemenag, 2019)

Dalam Tafsir Al-Misbah dijelaskan bahwa ayat ini mengarahkan umat Islam untuk mencari rezeki dengan cara yang halal dan sesuai syariat, bukan mengikuti sistem yang bertentangan seperti riba (Shihab, 2002). Karena itu, nasabah syariah lebih memilih menyimpan dana berdasarkan nilai kehalalan dan kepatuhan syariah, bukan berdasarkan tinggi rendahnya bunga BI *Rate*. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku ekonomi umat Islam lebih dipandu oleh prinsip syariah daripada mekanisme bunga konvensional.

Pengaruh ROA terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK

ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas bank karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dari aset dananya berasal dari sebagian besar dana simpanan masyarakat dan semakin besar ROA bank maka besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank dan semakin baik posisi bank tersebut dari sisi penggunaan aset (Saputra, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) secara signifikan memediasi hubungan antara ROA dan *market share* perbankan syariah di Indonesia, dengan nilai koefisien sebesar 1.174 dan P-value sebesar 0.000 (<0.05), sehingga hipotesis keenam diterima. Artinya, meskipun ROA tidak memberikan pengaruh positif secara langsung terhadap *market share*, namun pengaruh tersebut menjadi signifikan ketika melalui mediasi DPK, sehingga peningkatan ROA akan berdampak pada peningkatan *market share* apabila diikuti oleh bertambahnya dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun bank syariah.

Hasil hipotesis keenam yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* perbankan syariah melalui DPK sejalan dengan *Agency Theory* dan *Loanable Funds Theory*. Dalam *Agency Theory*, meningkatnya ROA mencerminkan kinerja manajemen yang baik sehingga menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dana mereka, yang terlihat dari meningkatnya DPK. Sementara itu, *Loanable Funds Theory* menjelaskan bahwa semakin besar DPK yang berhasil dihimpun, semakin kuat kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan dan memperluas layanan, sehingga *market share* ikut meningkat. Dengan demikian, peran DPK sebagai mediator membuktikan bahwa pengaruh ROA terhadap *market share* tidak terjadi secara langsung, tetapi berlangsung melalui meningkatnya dana pihak ketiga yang dihimpun bank syariah.

Hasil hipotesis keenam yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* melalui DPK konsisten dengan penelitian Antonio, Sanrego, & Taufiq (2019) yang menyatakan bahwa DPK dapat menjadi mediator antara ROA terhadap *market share* perbankan syariah, yang artinya peningkatan ROA akan memperkuat pangsa pasar bank syariah apabila disertai peningkatan dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun.

Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia melalui Dana Pihak Ketiga (DPK) pada periode penelitian ini terbukti signifikan, yang menunjukkan bahwa DPK secara signifikan memediasi hubungan antara ROA dan *market share*. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan ROA tidak secara langsung mendorong pertumbuhan *market share*, tetapi terlebih dahulu memengaruhi kemampuan bank dalam menghimpun DPK, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan pangsa pasar. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu peran DPK sebagai penghubung antara kinerja profitabilitas dan ekspansi pasar. Kondisi ini tercermin pada tahun 2020, dimana ROA mengalami penurunan sebesar 0,19%, namun DPK tetap menunjukkan peningkatan yang diikuti oleh kenaikan *market share* sebesar 0,52%. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun ROA mencerminkan efisiensi dan kinerja internal bank, dampaknya terhadap *market share* menjadi lebih kuat ketika disalurkan melalui peningkatan DPK. Faktor lainnya yaitu bahwa meningkatnya DPK mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah, sehingga dana yang terhimpun dapat dimanfaatkan untuk memperluas pembiayaan dan layanan, yang pada akhirnya meningkatkan *market share*. Oleh karena itu, secara statistik DPK terbukti mampu memediasi hubungan antara ROA dan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Dalam perspektif Islam menekankan bahwa keberkahan dan kemajuan suatu lembaga sangat terkait dengan kejujuran dan amanah dalam mengelola harta. Profitabilitas yang meningkat (ROA) menjadi tanda bahwa bank mengelola asetnya dengan baik dan sesuai syariah, sehingga mendorong masyarakat untuk mempercayakan lebih banyak dana, yang tercermin dalam peningkatan DPK dan pada akhirnya memperluas pangsa pasar. Prinsip ini selaras dengan QS. At-Taubah/9:119;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, Bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.” (Kemenag, 2019)

Dalam Tafsir Al-Muyassar dijelaskan bahwa ayat ini memerintahkan untuk selalu berpegang pada kejujuran dan kebenaran dalam setiap urusan, termasuk urusan harta (Mashudi, 2019). Dengan demikian, meningkatnya DPK sebagai mediator menunjukkan bahwa masyarakat menilai bank syariah sebagai pihak yang jujur dan dapat dipercaya, sehingga pengaruh positif ROA terhadap *market share* menjadi kuat karena didorong oleh kepercayaan nasabah yang diwujudkan dalam penempatan dana mereka.

Pengaruh BI Rate terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK

BI Rate merupakan suku bunga kebijakan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebagai acuan utama dalam pelaksanaan kebijakan moneter. BI Rate digunakan untuk mempengaruhi tingkat suku bunga perbankan, baik suku bunga simpanan maupun pinjaman, dengan tujuan menjaga stabilitas nilai rupiah, mengendalikan inflasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang seimbang. Melalui penetapan BI Rate, Bank Indonesia dapat mengendalikan peredaran uang di masyarakat serta menjaga stabilitas sistem keuangan nasional (Affandi, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) tidak mampu memediasi hubungan antara BI Rate dan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai koefisien mediasi sebesar -0.017 dengan T-statistic 0.097 dan P-value 0.461 (>0.05), sehingga pengaruh tidak langsung tersebut dinyatakan tidak signifikan dan hipotesis ketujuh ditolak. Artinya, perubahan BI Rate tidak memberikan dampak yang berarti terhadap *market share*, baik secara langsung maupun melalui mediasi DPK. Dengan demikian, peningkatan atau

penurunan BI *Rate* tidak akan mempengaruhi luasnya pangsa pasar perbankan syariah meskipun diikuti oleh fluktuasi dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun bank syariah.

Hasil hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) tidak memediasi hubungan antara BI *Rate* terhadap *market share* perbankan syariah, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien -0.017 dengan P-value 0.461 (>0.05), sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini tidak sejalan dengan *Loanable Funds Theory* yang memprediksi bahwa perubahan suku bunga seharusnya memengaruhi perilaku masyarakat dalam menempatkan dananya, yang kemudian berdampak pada kemampuan bank syariah memperluas pangsa pasar. Namun, secara empiris, perubahan BI *Rate* tidak memengaruhi DPK karena nasabah syariah tidak mendasarkan keputusan simpanan pada tingkat bunga, melainkan pada prinsip kehalalan, keamanan dana, dan kepatuhan syariah. Hal ini juga selaras dengan *Agency Theory* yang menekankan bahwa kepercayaan terhadap manajemen bank sebagai pengelola amanah lebih berpengaruh terhadap penghimpunan DPK dibandingkan faktor eksternal seperti BI *Rate*. Dengan demikian, tidak adanya pengaruh BI *Rate* terhadap DPK membuat jalur mediasi menuju *market share* tidak terbentuk, sehingga DPK tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Hasil hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa DPK tidak mampu memediasi hubungan antara BI *Rate* terhadap *market share* perbankan syariah, karena pengaruh tidak langsung yang dihasilkan bernilai -0.017 dengan P-value 0.461 (>0.05), sehingga dinyatakan tidak signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Iskandar & Adirestuty (2018) yang menemukan bahwa DPK tidak dapat menjadi mediator dalam pengaruh BI *Rate* terhadap *market share*, yang artinya perubahan BI *Rate* tidak memengaruhi perilaku nasabah syariah dalam menempatkan dananya, sehingga tidak berdampak pada kinerja perbankan syariah.

Pengaruh BI *Rate* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia melalui Dana Pihak Ketiga (DPK) pada periode penelitian ini tidak terbukti signifikan, yang menunjukkan bahwa DPK tidak mampu memediasi hubungan antara BI *Rate* dan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu ketidakkonsistenan pengaruh BI *Rate* baik terhadap DPK maupun terhadap *market share*. Kondisi ini tercermin pada tahun 2024, dimana BI *Rate* mengalami fluktuasi berupa kenaikan sebesar 0,25% yang kemudian kembali turun sebesar 0,25%, sementara pada periode yang sama *market share* perbankan syariah justru mengalami peningkatan sebesar 0,34%. Hal ini menunjukkan bahwa jalur tidak langsung BI *Rate* terhadap *market share* melalui DPK menjadi lemah dan tidak signifikan secara statistik. Faktor lainnya yaitu bahwa mekanisme operasional

perbankan syariah tidak berbasis bunga, sehingga respons masyarakat terhadap perubahan BI *Rate* relatif terbatas dan lebih dipengaruhi oleh faktor kepercayaan serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu, secara statistik DPK tidak mampu memediasi hubungan antara BI *Rate* dan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan BI *Rate* tidak memengaruhi besar kecilnya Dana Pihak Ketiga (DPK) di bank syariah sehingga tidak mampu memediasi hubungan antara BI *Rate* dan *market share*. Temuan ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan bahwa keputusan keuangan seorang muslim tidak didasarkan pada keuntungan bunga, tetapi pada kehalalan, kepercayaan, serta amanah lembaga pengelola dana. Hal ini ditegaskan dalam QS. An-Nisa’/4:29;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Kemenag, 2019)

Dalam tafsir Ibnu Katsir yang menekankan pentingnya mencari rezeki melalui cara yang diridhoi Allah dan menjauhi imbal hasil berbasis riba (Tafsir Ibnu Katsir, 2004).

Karena itu, nasabah syariah tidak menjadikan BI *Rate* sebagai pertimbangan utama dalam menempatkan dana, melainkan lebih memperhatikan integritas, kepatuhan syariah, dan amanah bank, sehingga perubahan BI *Rate* tidak berdampak signifikan pada DPK maupun hubungan dengan *market share*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan yang didapat adalah Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis pertama dinyatakan bahwa ROA memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis kedua dinyatakan bahwa BI *Rate* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis

data, pada hipotesis ketiga dinyatakan bahwa DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis keempat dinyatakan bahwa ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis kelima dinyatakan bahwa BI Rate memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis keenam dinyatakan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK sebagai variabel intervening (Periode Tahun 2020-2024). Berdasarkan hasil analisis data, pada hipotesis ketujuh dinyatakan bahwa BI Rate berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia melalui DPK sebagai variabel intervening (Periode Tahun 2020-2024).

DAFTAR PUSTAKA

- Adirestuty, Deni Iskandar dan Fitranty. 2018. "Effect of BI Rate and Profit Sharing Rate On Financing Income Mudharabah at PT. Bank Muamalat Indonesia 2011-2015 Period." *Review of Islamic Economics and Finance* 1(1): 24. doi:10.17509/rief.v1i1.13856.
- Affandi, Faisal. 2019. "Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi, Nilai Tukar, BI-Rate Dan Suku Bunga Bank Konvensional Terhadap Margin Bagi Hasil Deposito Mudharabah Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2010-2015." *At-Tawassuth* 1(1): 45–72.
- Afrizal. 2017. "Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Quick Ratio, Current Asset Dan Non Performance Finance Terhadap Profitabilitas PT Bank Syariah Mandiri Indonesia." *Jurnal Valuta* 3(1): 189–210.
- Al-Sheikh, Abdullah Bin Muhammad Bin Abdurahman Bin Ishaq. 2004. "Tafsir Ibnu Katsir : Jilid 1." : 123–25.
- Amalia, Baiq Naili. 2021. "Pengaruh Faktor Makro Ekonomi Dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2015-2019." *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*: 146.
- Amin, M. A. N. (2018). Analisis Perbandingan Abnormal return dan Trading volume activity Sebelum dan Sesudah Pengumuman Pembelian Kembali Saham (Buyback Stock). *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(1), 85-99. <https://doi.org/10.24905/mlt.v3i1.42>
- Amin, M. A. N. (2022). Analisis Perbandingan Abnormal return, Return saham dan Likuiditas Saham Sebelum dan Sesudah Buyback Saham. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(2), 100-109. <https://doi.org/10.24905/mlt.v3i2.49>
- Amin, M. A. N., Oktavianti, S., & Saputra, B. (2025). Ketegangan Politik Timur Tengah 2025 pada Saham Energi di Indonesia. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 6(1), 239-247. <https://doi.org/10.24905/mlt.v6i1.111>
- Amin, M. A. N., Oktavianti, S., & Saputra, B. (2025). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, Debt

- To Equity Ratio Terhadap Dividen Payout Ratio. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 6(1), 1275-1288. <https://doi.org/10.24905/mlt.v6i2.278>
- Amri, Ismi Mauli Desil dan. 2020. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Market Share Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*.
- Annas, C. ., & Nugraha, J. . (2026). Exploring the Impact of Generative AI Literacy on Students’ Academic Performance: An Ethical and Academic Misconduct Perspective. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 255–274. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.217>
- Antonio, Muhammad Syafii, Yulizar D Sanrego, and Muhammad Taufiq. 2019. “An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania.” *Journal of Islamic Finance* 1(1): 2289–2109.
- Aritonang, Annisa. 2023. “Pengaruh Faktor Makro Ekonomi Dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2019-2022.” : 126.
- Asriningrum, Cahya. 2019. “Analisis Pengaruh NPF, DPK, DAN ROA Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Periode 2014-2018).”
- As-Sa’diy. 2021. “Tafsir Surah Pendek.”
- Assauri, Sofyan. 2001. *Pangsa Pasar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia.
- Azahra, D., & I, A. W. . (2026). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Layanan, dan Consumer well-being (CWB) terhadap Repurchase intention Kopi Janji Jiwa di Kota Bengkulu dengan Perceived value sebagai Variabel Mediasi . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 341–359. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.211>
- Chandra Putri, N.A, and Andika Martin. 2021. “Reaksi Pasar Modal Sebelum Dan Sesudah Adanya Covid-19 (Studi Pada Perusahaan Non-Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Sebagai Anggota LQ45).” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 12: 64–73. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>.
- Daniar. 2019. “Transmisi Kebijakan Moneter Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah*: 91–102.
- Evi Supriyatin. 2022. “Pengaruh Dana Pihak Ketiga (Dpk), Profit Sharing Ratio (Psr), Zakat Performance Ratio (Zpr), Terhadap Market Share Perbankan Syariah Dengan Return On Asset (Roa) Sebagai Variabel Intervening.” *Monetary Policy Report*, 1(October 2021): 105–12.
- Fadilla, M. R. ., Aulya, A. R. ., Aurellia, A. ., Zahriyana, F. H. ., & Hidayati, A. N. . (2026). Green Zakat: Konsep, Implementasi, dan Kontribusi terhadap Keberlanjutan Lingkungan dalam Perspektif Islam. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 241–254. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.216>
- Fauzi, Ahmad, and Indri Murniawaty. 2020. “Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.” *EEAJ Economic Education Analysis Journal* 9(2): 473–86. doi:10.15294/eeaj.v9i2.39541.
- Gayatri, N. P. ., Dewi, D. M. I. C., Arisanti, N. K. A., & Astuti, P. D. (2026). Determinasi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce: Peran Pengetahuan, Sosialisasi, Kesadaran, dan Sanksi

- Perpajakan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 467–479. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.229>
- Gunawan, A. 2019. “Strategi Bank Negara Indonesia Syari’ah Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Market Share Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” https://repository.uin-suska.ac.id/1962/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/1962/1/2011_2011113.pdf.
- Hartini, Maradita, F., & Nuryani, H. S. . (2026). Peran Pelatihan Kerja dan Lingkungan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi: Motivasi sebagai Variabel Mediasi pada Karyawan Ritel Modern di Kabupaten Sumbawa . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 398–412. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.213>
- Hilwa, F. ., Sanjaya, S. G. ., Saputra, N. C. ., Laura, H. M. ., & Hidayati, A. N. . (2026). Green Waqf dan Green Sukuk: Analisis Pembiayaan Berkelanjutan Dalam Ekonomi Islam . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 314–327. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.230>
- Ibrahim, Elkamiliati dan Azharsyah. 2019. “Pengaruh BI Rate Terhadap Persentase Bagi Hasil Pembiayaan Musyarakah Pada Bank Aceh Syariah Banda Aceh.” 3(2): 125–40.
- Ika, Suparman Zen Kemu dan Syahrir. 2019. “Transmisi BI Rate Sebagai Instrumen Untuk Mencapai Sasaran Kebijakan Moneter.” *Kajian Ekonomi dan Keuangan* 20(3): 261–84. doi:10.31685/kek.v20i3.208.
- Indah, Wahyuni. 2019. “Buku Ajar Metode Penelitian Pendidikan.” *UIN KH Achmad Siddiq* (1): 233.
- Islamiyah, Elly Asfari. 2020. “Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia.”
- Ismail Nurdin, Sri Hartati. 2019. Metodologi Penelitian Sosial Dasar *Metodologi Penelitian Sosial*. doi:10.11594/ubpress9786232967496.
- Ismayani. 2020. “Metode Penelitian Kuantitatif.” *Ayan* 15(1): 37–48.
- Johadi, Sutomo dan. 2004. “Analisis Rigiditas Lending Rate Perbankan Di Indonesia Periode Januari 2001-Juni 2004.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 5(2): 193–204.
- Kemenag. 2019a. “QS. Al-Azhab (33):70.” <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/70>.
- Kemenag. 2019b. “QS. Al-Hasyr (59):18.” <https://quran.nu.or.id/al-hasyr/18>.
- Kemenag. 2019c. “QS. Al-Isra’ (17):34.” <https://quran.nu.or.id/al-isra/34>.
- Kemenag. 2019d. “QS. Al-Jumu’ah (62):10.” <https://quran.nu.or.id/al-jumuah/10>.
- Kemenag. 2019e. “QS. Al-Mu’minun (23):8.” <https://quran.nu.or.id/al-muminun/8>.
- Kemenag. 2019f. “QS. Ali Imran (3):130.” <https://quran.nu.or.id/ali-imran/130>.
- Kemenag. 2019g. “QS. An-Nisa’ (4):29.” <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29>.
- Kemenag. 2019h. “QS. An-Nisā’ (4):58.” <https://quran.nu.or.id/an-nisa/58>.
- Kemenag. 2019i. “QS. At-Taubah (9):119.” <https://quran.nu.or.id/at-taubah/119>.
- Khoirurrozikin, M. L. ., Azahra, M. H. N. ., Niqyza, J. E. ., Rismawan, M. K. A. ., & Hidayati, A. N. . (2026). Halal Digital Economy: Membangun Ekosistem Ekonomi Islam Berbasis Teknologi

- . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 275–289. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.225>
- Kosmayanti, Nova Fuji. 2017. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Kusuma, N. K. A. G. ., Swari, L. P. O. P., Yogiswari, I. G. A. A. ., & Astuti, P. D. (2026). Eksplorasi Praktik Green Accounting Berbasis Tri Hita Karana Untuk Keberlanjutan Usaha Kecil dan Menengah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 480–493. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.231>
- Lesatari, R. F. ., Wardani, A. E. ., Salsabiila, Z. ., & Hidayati, A. N. . (2026). Peran Green Waqf Dalam Transformasi Menuju Green Economy : Prespektif Ekonomi Islam. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 290–301. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.226>
- M.Makhrus Ali, Tri Hariyati, Meli Yudestia Pratiwi, Siti Afifah. 2022. “Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian.” *Education Journal* 2(1): 1--6. doi:10.56670/jsrd.v5i1.143.
- Mashudi, Kojin. 2019. *Tafsir Al-Muyassar Jilid IV*.
- Mawardi, Diamantin Rohadatul Aisy dan Imron. 2016. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2006-2015.” : 249–65.
- Mayang Sari Ritonga, Muhammad Arif, Nurul Jannah. 2023. “Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Market Share Dengan Dana Pihak Ketiga Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Di Indonesia: Studi Kasus Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2017-2021.” 2: 267–83. doi:10.56672/assyirkah.v2i2.112.
- Mulyani, S., Mukhzarudfa, Kusumastuti, R. ., & Tiswiyanti, W. . (2026). Kualitas Pengungkapan Sustainability Report Berbasis GRI pada Perusahaan Sektor Energi di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2024. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 511–527. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.236>
- Olivia, O., Lesi Hartati, & Aris Munandar. (2026). Pengaruh Tarif Pajak, Insentif Pajak Dan Sanksi Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 328–340. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.208>
- Perdana, S., Hariyanto, A., & Umamy, E. (2026). Interpretasi Regulasi Perpajakan Pasca Transformasi Sistem Administrasi Pajak dalam Praktik Akuntansi pada BPR. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 386–397. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.212>
- Purnamasari, A. ., Oktavia, D., Sumaryo, & Sari, P. A. . (2026). Effectiveness Of Capital Adequacy Ratio And Problem Loans In Affecting Stock Return: A Roa Moderation Perspective In National Private Commercial Banks. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 436–449. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.220>
- Purnamasari, A. ., Sari, M. D., Sumaryo, & Purwanti. (2026). Integrasi Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Pembentukan Kemampuan Akuntansi Siswa SMK Negeri Kabupaten Tangerang. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 450–466. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.219>
- Putri, A. P. . (2026). Peran Self-Control dalam Memoderasi Literasi Laporan Keuangan dan Bias Behavioral terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 360–374. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.210>
- Putri, A. R. E., Sari , D. K. ., & Sukmono, R. A. . (2026). Peran Trust, Perceived Enjoyment, dan

- Perceived Usefulness dalam Meningkatkan Minat Beli Online pada Platform Shopee Live di Sidoarjo. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 494–510. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.232>
- Ramansyah, F. A., Saputri, M. K. A., Aprillia, R. H., Cahyonos, G. S. P., & Hidayat, A. N. (2026). Kewirausahaan Islami Dalam Transformasi Digital: Studi Kasus Startup Syariah Indonesia. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 230–240. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.191>
- Setiani, L., & Amin, M. (2024). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan To Deposit Ratio, Operating Expense To Operating Income Terhadap Perubahan Laba. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen Учредители: Universitas Pancasakti*, 5(1), 41-55. <https://doi.org/10.24905/mlt.v5i1.5>
- Sugiyanto, A. ., Suhara, T. ., Dewi, F. M. ., & Arsadi. (2026). Retail Visual Stimulus and Consumer Affective Responses in Impulse Buying. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 424–435. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.221>
- Takwim, M. T. A. ., Zahrani, N. N. ., Purwindari, A. D. ., Febriani, N. ., & Hidayati, A. N. . (2026). Blue Economy Financing Melalui Instrumen Moneter Islam. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 302–313. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.227>
- Widhiyanto, M., Suryani, & Lubis, I. (2026). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kualitas Audit, dan Intensitas Modal Terhadap Tax Avoidance. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 413–423. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.215>
- Wistasari, D., Adi, R., Bahri, M. I. ., Siswanto, H., & Ling, T. A. (2026). Mendorong Loyalitas Konsumen dalam E-Commerce melalui Kesadaran Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Keterlibatan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 375–385. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.209>