

**STRATEGI MENINGKATKAN PANGSA PASAR PERBANKAN
SYARI'AH DI INDONESIA DENGAN LEVERAGE MODEL STRATEGY**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :
FILZA ZATA LINA
10390156

PEMBIMBING :

Dr. SYAFIQ. M. HANAFI, M.Ag.

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014**

ABSTRAK

Pertumbuhan aset perbankan syariah dalam kurun waktu 2009 hingga 2013 terus menunjukkan tren yang meningkat baik dari segi kuantitas dan kualitas pasca penerapan kebijakan *office chanelling*. Hal tersebut ditandai dengan peningkatan total aset, komposisi dana pihak ketiga (DPK) dan komposisi pembiayaan. Tetapi walaupun aset perbankan syariah terus meningkat namun target pangsa pasar perbankan syariah belum tercapai sehingga penerapan *office channeling* ini dinilai kurang efektif. Oleh karena itu BI dan OJK membuat kebijakan Sistem *Leveraging* sebagai langkah untuk memperluas pangsa pasar perbankan syariah.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian terapan dengan tujuan menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah penelitian, serta penelitian eksploratif karena dalam penelitian ini dirumuskan suatu strategi melalui perumusan suatu strategi peningkatan *market share* perbankan syariah dengan tingkat *growth, product* dan *risk financing customer*. Penelitian ini menggambarkan *market share* perbankan syariah yang dilakukan dengan mengukur pengaruh variabel independen yaitu *growth, product* dan *risk financing customer*. Selanjutnya dari masing-masing variabel dilakukan analisis lebih mendalam dengan mengembangkan masing-masing variabel independen sebagai faktor utama kedalam sub-variabel independen, sehingga akan diperoleh tingkat signifikansi dan konstanta untuk kemudian digunakan sebagai acuan dalam perumusan strategi meningkatkan *market share* perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh bank umum syariah dan unit usaha syariah di Indonesia periode 2010-2013. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh melalui *website* Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga variabel utama yaitu *Growth, Product* dan *Risk Financing Customer*, yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap *market share* adalah variabel *Product* dengan sub variabel *Funding Product* yang paling berpengaruh terhadap variabel utama. Sedangkan pada variabel *Growth* sub variabel yang paling berpengaruh adalah sub variabel *network*, dan pada variabel *Risk Financing Customer*, sub variabel yang paling berpengaruh adalah sub variabel UMKM.

Kata Kunci: *Market Share Shariah Banking, Growth, Product, Risk Financing Customer.*



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Filza Zata Lina

Lamp :-

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	:	Filza Zata Lina
NIM	:	10390156
Judul Skripsi	:	Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah Indonesia dengan Leverage Model Strategy

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Rajab 1434 H

26 Mei 2014 M

Pembimbing

Dr. H. Syafiq. M. Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Filza Zata Lina
NIM : 10390156
Fakultas-Prodi : Syari'ah dan Hukum – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syari'ah dengan Leverage Model Strategy**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Mei 2014

Penyusun



Filza Zata Lina



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor :

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

**Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah Indonesia
dengan Leverage Model Strategy.**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Filza Zata Lina

NIM : 10390156

Telah dimunaqasyahkan pada : 16 Juni 2014

Nilai : A-

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq, M. Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

Pengaji I

Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Pengaji II

Jauhar Faradis, SHL, M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 23 Juni 2014

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum



Prof. Noorhardi, MA, M. Phil, Ph.D.
NIP. 19711207 199503 1 002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	w
هـ	ha'	h	ha
ءـ	hamzah	'	apostrof
يـ	ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عَدَة	Ditulis	<i>Muta‘addidah</i> <i>‘iddah</i>
	Ditulis	

C. *Ta' marbutah*

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّةٌ	ditulis	<i>'illah</i>
كَرَامَةُ الْأُولِيَاءِ	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---ׁ---	Fathah	ditulis	<i>A</i>
---ׂ---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
---ׄ---	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعْلٌ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبٌ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	<i>A</i> <i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati تَنْسِي	ditulis	<i>a</i> <i>tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati كَرِيمٌ	ditulis	<i>i</i> <i>karim</i>
4. D{ammah + wawu mati فُروْضٌ	ditulis	<i>u</i> <i>furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بِنَكُمْ	ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati قَوْلٌ	ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أُعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوالفروض	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

HALAMAN MOTTO

*“Jadilah bermanfaat, seseorang yang USEFULL akan menjadi SOMEBODY,
dan seseorang yang USELESS akan menjadi NOBODY”
(Filza Zata Lina)*

*“With money: You can buy a HOUSE but not a Home,
You can buy a CLOCK but not Time,
You can buy a BED but not SLEEP,
You can buy a BOOK but not KNOWLEDGE,
You can buy a POSITION but not RESPECT,
You can buy BLOOD but not LIFE,
So find your HAPPINESS inside YOU!”
(Warren Buffet)*

*“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”
(Q.S Ar-Rahman)*

*“꿈을 믿고 달성”
(Anonymous)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Ku Persembahkan Untuk.

Papa Abd. Rasyid dan Mama Istiqomah , Adik – Adikku Meli, Tika, Fira Tercinta,
Serta
Keluarga Besar H. As'ad dan H. Ahmad Sudarmadi

UKM Studi Pengembangan Bahasa Asing (SPBA)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluarga Besar Mahasiswa Keuangan Islam KUI-D
2010 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Almamater Tercinta
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan jahiliyah menuju jalan pencerahan berfikir dan memberi inspirasi kepada penulis untuk tetap selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Musa Asy'arie selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Noorhaidi, MA, M.Phil, Ph.D selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. M. Yazid Afandi, M.Ag. selaku Kaprodi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Misnen Ardiansyah selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
5. Dr. Syafiq. M. Hanafi, M.Ag. selaku dosen pembimbing akademik skripsi serta kepada Bapak Joko Setyono, SE., M.Si selaku penguji I dan Bapak Jauhar Faradis, SHI.,M.A selaku penguji II yang telah mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.

6. Ayah dan Ibu tercinta, H. Abd. Rasyid As'ad dan Hj. Istiqomah , Adik-adikku tersayang Mazidah Amalina, Atikah Badzlina, Zhafira Majdina, serta seluruh keluarga besar H. As'ad dan H. Ahmad Sudarmadi atas segala kasih sayang, dukungan, motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan.
7. Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan, terutama Bapak M. Ghofur Wibowo, SE., M.Sc. dan Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.Hi., M.Si. yang telah memberikan arahan dan masukan pada awal pembuatan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan seluruh keluarga besar Komunitas KUI D 2010, Yuyun, Egi, Intan, Dewi Umaeroh, Umam, Ghufran, Mitra, serta keluarga besar UKM Studi dan Pengembangan Bahasa Asing (SPBA), Wilda, Risma, Lutfiana, Maslul, Ainus, Andri, Kak Ama, Kak Izra, Mas Dinul, terima kasih telah memberikan warna-warni persahabatan selama 4 tahun ini. *See you on top guys!*.
9. Seluruh teman-teman KKN 80 KP-13 UIN Sunan Kalijaga Anwar, Indra, Ma'arif, Bibiy, Amel, Liya, Mbak Tri, Septi, Linda dan Tiwi. Semoga silaturrahmi kita tidak akan pernah terputus. Serta seluruh Masyarakat Desa Nomporejo, Pandowan, Kulon Progo yang telah menerima kehadiran kami dengan hangat dan memberikan kenangan indah yang tidak akan terlupakan.
10. Rekan-rekan kerja di BuzzNet *The Musical and Internet Cafe*, Ade, Ani, Fian, Tias, Bayu, Agri, Riki, Rizwan, Tedy, Enung, Mbak Sasay, Retno dan Mas Yurqi, yang selalu memberikan tawa dan canda di tengah-tengah jenuhnya

bekerja. Kalian yang menyadarkan saya untuk membuka mata dan melihat dunia yang lebih luas.

11. Anak-anak penghuni Kos Bapak Sudar, Vika, Zaki, Mbak Hamro, Mbak Nunik, Mbak Eka, Mbak Ismi, Mbak Ifah dan Mbak Nurul, terima kasih telah menjadi pengganti keluarga saya selama di Jogja.
12. Seluruh pegawai dan staff TU baik Prodi maupun Fakultas di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
13. Kepada "Si Mentari Pagi" yang dengan ikhlas selalu memberikan semangat, nasehat dan perhatian. Terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus kakak yang sabar dan setia mendengar setiap keluh dan kesah, berbagi tangis dan tawa, menemani dalam suka dan duka. Tetaplah menjadi "Fajar" yang selama ini saya kenal.
14. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dariNya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Yogyakarta, 26 Rajab 1435 H

26 Mei 2014 M

Filza Zata Lina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
SURAT PENGESAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
HALAMAN MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Telaah Pustaka	14
B. Landasan Teori.....	18

1. Bank Syari'ah.....	18
2. Pangsa Pasar Perbankan Syari'ah	24
3. <i>Office Chanelling</i>	30
4. Pengembangan <i>Dual Banking System</i> di Indonesia	36
5. Jaringan, SDM, Promosi, Edukasi dan Pelatihan.....	40
6. Produk-Produk Perbankan Syariah	48
7. Nasabah	51
8. <i>Non Performing Financing</i> (NPF)	54
9. <i>Financing to Deposits Ratio</i> (FDR)	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Jenis Penelitian.....	58
B. Sifat Penelitian	58
C. Sumber dan Jenis Data	59
D. Tehnik Pengambilan Sampel.....	61
E. Definisi Operasional Variabel dan Alat Ukur Variabel	61
F. Tahap Penelitian.....	65
G. Tehnik Analisis Data.....	66
1. Statistik Deskriptif	66
2. Uji Asumsi Klasik	66
3. Analisis Regresi Berganda	69
4. Interpretasi Data	72
H. Kerangka Konseptual	74

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
A. Analisis Kuantitatif	75
B. Analisis Hasil Penelitian	108
C. Solusi dan Rekomendasi	122
BAB V PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan	138
B. Keterbatasan Penelitian.....	140
C. Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA	142

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jaringan Kantor Perbankan Syariah Setelah Penerapan Kebijakan <i>Office Chanelling</i> Tahun 2009-2013	3
Tabel 1.2 Pertumbuhan Bank Syariah Berdasarkan Total Aset, Total Pendapatan, Komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Komposisi Pembiayaan Tahun 2009-2013 (Dalam Triliyun Rupiah)	4
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	23
Tabel 2.2 Perkembangan Kelembagaan Perbankan Syariah.....	33
Tabel 2.3 Kinerja Perbankan Syariah November 2006-2007	33
Tabel 2.4 Persamaan dan Perbedaan Mekanisme <i>Dual Banking System</i> pada Perbankan Syariah.....	37
Tabel 4.1 Uji Multikolonieritas <i>Mudharabah Share Shariah Banking</i>	77
Tabel 4.2 Uji Glesjer Heterokedastisitas MSSB	78
Tabel 4.3 Uji Autokorelasi Run Test MSSB.....	79
Tabel 4.4 Uji Regresi Linear Berganda MSSB (Model Summary)	81
Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Berganda MSSB (ANOVA).....	82
Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Berganda MSSB (Coefficients).....	82
Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas Var. <i>Growth</i>	85
Tabel 4.8 Uji Glesjer Heterokedastisitas Var. <i>Growth</i>	86
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi Run Test Var. <i>Growth</i>	87
Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Growth</i> (Model Summary).....	89
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Growth</i> (ANOVA)	90
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Growth</i> (Coefficients)	90

Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas Var. <i>Product</i>	93
Tabel 4.14 Uji Glesjer Heterokedastisitas Var. <i>Product</i>	94
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi Run Test Var. <i>Product</i>	95
Tabel 4.16 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Product</i> (Model Summary)	97
Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Product</i> (ANOVA).....	98
Tabel 4.18 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>Product</i> (Coefficients)	98
Tabel 4.19 Uji Multikolonieritas Var. <i>Risk Financing Customer</i>	101
Tabel 4.20 Uji Glesjer Heterokedastisitas Var. <i>RFC</i>	103
Tabel 4.21 Uji Autokorelasi Run Test Var. <i>RFC</i>	104
Tabel 4.22 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>RFC</i> (Model Summary)	105
Tabel 4.23 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>RFC</i> (ANOVA).....	106
Tabel 4.24 Uji Regresi Linear Berganda Var. <i>RFC</i> (Coefficients).....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	74
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Market Share Shariah Banking</i>	76
Gambar 4.2 Bagan Uji Regresi Liner <i>Market Share Shariah Banking</i>	80
Gambar 4.3 Uji Normalitas Variabel <i>Growth</i>	84
Gambar 4.4 Bagan Uji Regresi Liner Variabel <i>Growth</i>	88
Gambar 4.5 Uji Normalitas Variabel <i>Product</i>	92
Gambar 4.6 Bagan Uji Regresi Liner Variabel <i>Product</i>	96
Gambar 4.7 Uji Normalitas Variabel <i>Risk Financing Customer</i>	100
Gambar 4.8 Bagan Uji Regresi Liner Variabel <i>Risk Financing Customer</i>	105
Gambar 4.9 Hasil Bagan Uji Regresi Liner <i>Market Share Shariah Banking</i> ..	108
Gambar 4.10 Hasil Bagan Uji Regresi Liner Variabel <i>Growth</i>	112
Gambar 4.11 Hasil Bagan Uji Regresi Liner Variabel <i>Product</i>	116
Gambar 4.12 Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Risk Financing Customer</i>	119
Gambar 4.13 Kerangka Rekomendasi <i>Leverage Model Strategy</i>	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Terjemahan Al Qur'an dan Al Hadis

Lampiran 2. Bagan Model *Leverage Model Strategy*

Lampiran 3. Tabel Data Variabel SPSS

Lampiran 4. *Curriculum Vitae*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena perbankan syariah di Indonesia mengantarkan pemahaman pada umat Islam Indonesia adanya kelembagaan ekonomi dalam Islam. Berdirinya bank syariah merupakan usaha untuk menerapkan Syariat Islam secara bertahap dengan maksud mengatasi kelemahan umat dalam bidang ekonomi dan kesejahteraannya.

Kebijaksanaan pemerintah dalam sistem perbankan syari'ah dimulai sejak lahirnya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam Undang-undang tersebut dikenal pembagian kegiatan bank menjadi bank konvensional dan bank yang menggunakan prinsip syari'ah. Dalam UU tersebut pada Pasal 13 ayat (c) menyatakan bahwa salah satu usaha Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil (syari'ah) sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil (syari'ah) dan diundangkan pada tanggal 30 Oktober 1992 dalam Lembaran Negara Republik Indonesia No. 119 Tahun 1992.

Perkembangan dan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia setiap tahunnya relatif cukup tinggi. Hal ini tercermin dari pertumbuhan aset,

peningkatan pemberian pembiayaan, ekspansi pelayanan dan jaringan kantor yang semakin meluas menjangkau 33 propinsi di Indonesia.

Menurut data Bank Indonesia (Oktober 2013), kini sudah ada 11 Bank Umum Syariah (BUS), 23 Bank Syariah dalam bentuk Unit Usaha Syariah (UUS), dan 160 BPRS, dengan jaringan kantor meningkat 264 kantor 2.262 kantor di tahun sebelumnya menjadi 2.526 di tahun 2013, Dengan demikian jumlah jaringan kantor layanan perbankan syariah meningkat sebesar 25,31% prosentase tersebut lebih besar dibanding perbankan konvensional yang mencapai 11,11% per tahun¹.

Pemerintah Indonesia sangat giat untuk mendorong pertumbuhan perbankan syariah agar lebih pesat, salah satunya dengan memperbarui berbagai kebijakan tentang perbankan syariah sehingga pada tahun 2006, Bank Indonesia mengeluarkan kebijakan bagi industri perbankan syariah, yaitu PBI No 8/3/PBI/2006 dalam rangka akselerasi pencapaian *market share* bank syariah. Pada peraturan tersebut terdapat materi penerapan *office channeling* bagi bank-bank syari'ah. Kebijakan ini merupakan sebuah inovasi dan terobosan baru bagi pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Kebijakan *office channeling* dimaksudkan untuk meningkatkan akses masyarakat kepada jasa perbankan syariah. Dengan sistem baru ini bank syariah tidak perlu lagi membuka cabang UUS di banyak tempat dalam memberikan pelayanan perbankan syariah

¹ <http://www.agustiantocentre.com/?p=1619> Edisi 23-01-2014 , akses 2 februari 2014.

sehingga biaya ekspansi jauh lebih efisien². Sejak kebijakan ini diberlakukan, jaringan kantor perbankan syariah bertambah luas. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1
Pertumbuhan Jaringan Kantor Perbankan Syariah Setelah
Penerapan Kebijakan *Office Chanelling*
Tahun 2009-2013

Bank Umum Syariah	2009	2010	2011	2012	2013
- Jumlah Bank	6	11	11	11	11
- Jumlah Kantor	711	1215	1401	1745	1937
Unit Usaha Syariah					
- Jumlah Bank Konvensional yang memiliki UUS	25	23	24	24	23
- Jumlah Kantor	287	262	336	517	558
BPRS					
- Jumlah Bank	138	150	155	158	160
- Jumlah Kantor	225	286	364	401	413
Total Kantor	1223	1763	2101	2663	2908

Sumber: Statistik Perbankan Syariah September 2013

² Bank Indonesia, “Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dan Pembukaan Kantor Bank yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah oleh Bank Umum Konvensional” dikutip dari <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/5BDEC2C3-00E-4881-B2F7-50D4F06E8592/3647/se8806.pdf>, akses tanggal 26 Februari 2014.

Pertumbuhan aset perbankan syariah dalam kurun waktu 2009 hingga 2013 terus menunjukkan tren yang meningkat baik dari segi kuantitas dan kualitas pasca penerapan kebijakan *office chanelling*. Hal tersebut ditandai dengan peningkatan total aset, komposisi dana pihak ketiga (DPK) dan komposisi pembiayaan yang digambarkan dalam tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
**Pertumbuhan Bank Syariah Berdasarkan Total Aset,
Total Pendapatan, Komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK) dan
Komposisi Pembiayaan**
Tahun 2009-2013 (Dalam Triliun Rupiah)

Pertumbuhan Bank Syariah	2009	2010	2011	2012	2013
Total Aset	66.090	97.519	145.467	195.018	227.711
Komposisi DPK	52.271	76.036	115.415	147.512	171.701
Komposisi Pembiayaan	46.886	68.181	102.655	147.505	177.320

Sumber: Statistik Perbankan Syariah September 2013

Aset perbankan syariah saat ini mencapai Rp 228 triliun meningkat dari tahun sebelumnya Rp 179 Triliun (*market share* meningkat dari 4.4 % menjadi 4,8 % dari aset perbankan nasional), Sementara DPK saat ini Rp.171.701 Triliun, pembiayaan meningkat dibandingkan tahun lalu menjadi Rp.177.320 Triliun. Pertumbuhan asset, DPK dan pembiayaan juga relatif masih tinggi, masing-masingnya adalah, aset tumbuh ± 37%, DPK tumbuh ± 32%, dan Pembiayaan tumbuh ± 40%.

Berdasarkan realita di atas, maka pelayanan *office channelling* ini, seharusnya dapat berpengaruh positif terhadap perkembangan industri bank syariah di masa depan. Dengan semakin mudahnya masyarakat mendapatkan akses layanan perbankan syariah, diperkirakan pertumbuhan bank syariah akan semakin meningkat secara signifikan. Sehingga *market share* perbankan syariah akan meningkat pula. Tetapi walaupun aset perbankan syariah terus meningkat namun target pangsa pasar perbankan syariah belum tercapai. Dengan *office channeling*, target yang diharapkan Bank Indonesia dalam *blueprint* tahun 2007, pangsa pasar perbankan syariah sebesar 5% pada akhir tahun 2008 namun kenyataanya pada awal tahun 2008 pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai 1,76% dari total bank Indonesia³, sehingga tanda-tanda *quantum growing* (loncatan pertumbuhan) perbankan syariah belum terlihat⁴ dan pada akhir tahun 2008 hanya mencapai 2,11%, penerapan *office channeling* ini dinilai kurang efektif karena pangsa pasar perbankan syariah belum mencapai target 5% seperti yang diharapkan oleh pemerintah.

Berdasarkan *outlook* pengembangan perbankan syariah tahun 2014 , salah satu target pemerintah adalah proyeksi peningkatan aset perbankan syariah pada akhir tahun 2014 total aset perbankan syariah diperkirakan Rp255,2 triliun (pesimis), Rp283,6 triliun (moderat) dan maksimal Rp312 triliun (optimis).

³ Bank Indonesia, *Cetak Biru Pengembangan Bank Syariah Indonesia*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2002), hlm. 17.

⁴ <http://agustianto.wordpress.com>

Berdasarkan tiga skenario tersebut, pangsa pasar perbankan syariah pada tahun 2014 diperkirakan antara 5,25%-6,25%⁵.

Target tersebut membuat pemerintah terus memberikan *treatment* pada industri perbankan syariah, yang terbaru pada akhir tahun 2013, Bank Indonesia (BI) menyatakan, akan ada *leverage model system* pada tahun 2014 dimana Bank Umum Syariah (BUS) dapat memanfaatkan jaringan konvensional milik induknya dalam melaksanakan layanan syariah yang merupakan perpanjangan tangan dari sistem *office chanelling*. Hal tersebut disampaikan oleh Ahmad Buchori, Direktur Kepala Grup Penelitian, Perkembangan, dan Regulasi Perbankan Syariah BI, yang menyatakan bahwa sistem ini dapat meningkatkan meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah menjadi 15% dalam 10 tahun ke depan⁶.

Leverage Model System adalah penyaluran pembiayaan syariah melalui kantor cabang induk perusahaan. Artinya bank umum syariah (BUS) akan menggunakan cabang milik bank umum konvensional dalam menawarkan produk-produk syariah. Sistem ini sebenarnya mirip dengan *office channeling* yang sudah berjalan, hanya saja *office channeling* hanya terbatas pada penghimpunan dana (*funding*), layanan tabungan syariah dinilai tidak bermasalah bila ditempatkan di perbankan konvensional⁷. Dengan *leverage model*, bank konvensional dapat menyalurkan pembiayaan syariah dengan menggunakan akad-

⁵ Dr. Mulya E. Siregar “Outlook Pengembangan Perbankan Syariah Tahun 2014”, seminar akhir tahun perbankan syariah 2013, (Jakarta: Bank Indonesia, 2013), hlm. 19.

⁶ <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/13/11/06/mvtth6- bi - siapkan-aturan-leveraging-perbankan-syariah> Edisi Rabu, 06 November 2013, akses tanggal 28 Januari 2014.

⁷ <http://www.agustiantocentre.com/?p=1619> Edisi 23-01-2014 , akses 2 februari 2014.

akad syariah dan ketentuan syariah. *Leverage model* adalah salah satu strategi bank untuk bermitra dengan bank lokal tanpa membentuk bank campuran. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memperluas akses pasar melalui jaringan bank lokal.

Model Sistem *Leveraging* sebenarnya sudah digunakan oleh negara-negara lain di dunia dengan istilah yang berbeda seperti *Islamic Windows* di Malaysia, *The Islamic Transaction* di Bank Mesir dan *The Islamic Services* di Bank Perdagangan Arab Saudi⁸. Hal yang sama juga ditawarkan oleh Fund Manager Conventional, seperti The Wellington Management Company (USA), Oasis International Equity Fund dari Flemings Bank (London), Hongkong Shanghai Bangkok Corp. (HSBC-London), dan ANZ Bank (Melbourne). Beberapa perniagaan antara bangsa diantaranya KFC, XEROX, General Motor, IBM, General Electric, dan Chrysler juga turut memanfaatkan sistem perbankan Islam⁹.

Leverage model system diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah seperti negara-negara pendahulu yang telah menerapkan sistem ini. Salah satu negara yang telah berhasil menerapkan sistem semacam ini adalah negara tetangga Indonesia yaitu Malaysia yang menerapkan kebijakan *Islamic Windows* dimana Bank sentral Malaysia mewajibkan seluruh bank konvensional untuk membuka layanan syariah dengan sistem *dual banking system*

⁸ Perbankan Shariah: Fenomena Lama yang Baru Hadir” <http://www.hukumonline.com//artikel/htm>, (16 Mei 2009), akses 2 Februari 2014.

⁹ Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Shariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Cet 1, (Yogyakarta: Ekonesia-FE UII, 2003), hlm. 19.

dan saat ini aset perbankan syariah Malaysia telah mencapai lebih dari US\$11,9 miliar atau setara dengan Rp119 trilyun (ISEO:2011), dan menempatkan Malaysia diposisi 3 besar industri keuangan syariah global bersama Iran dan Saudi Arabia. Selain itu, Malaysia termasuk kedalam negara kluster empat yaitu negara yang memiliki pertumbuhan Bank syariah tertinggi bersama dengan negara Uni Emirat Arab, Kuwait, Bahrain dan Arab Saudi¹⁰.

Berbeda dengan perbankan syariah di Indonesia, perkembangan pesat perbankan syariah di Malaysia dapat menyumbang pemasukan nasional secara kualitatif dan kuantitatif, sehingga perbankan syariah menjadi bahan utama bangunan keuangan nasional Malaysia. Malaysia dengan penduduk sebesar 25,27 juta jiwa dengan 15,27 diantaranya berpenduduk muslim, aset sektor perbankan syariahnya per juli 2008 sudah mencapai 141 juta ringgit malaysia atau setara dengan Rp 394,66 triliun (1 ringgit = Rp 2800). Nilai itu mencapai hampir 80% dari total aset perbankan Malaysia. Bandingkan dengan negara kita yang masih mencapai 43,47 triliun atau sekitar 2,12% dari total aset perbankan nasional sebesar Rp 2.049,47 Triliun¹¹.

Melihat keberhasilan sistem *Islamic Windows* di Malaysia, penulis berasumsi bahwa Perbankan syariah di Indonesia dapat mengadopsi *leverage model system* untuk dapat mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia terutama dalam memperluas pangsa pasar perbankan syariah sehingga

¹⁰ <http://swa.co.id/business-strategy/mungkinkah-indonesia-menjadi-sharia-hub> Edisi 26 Mei 2013, akses tanggal 2 februari 2014.

¹¹ Majalah Investor, Edisi Oktober 2008, hlm. 30-31.

aset, jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) dan penyaluran dana ke masyarakat semakin meningkat.

Berdasarkan realita yang telah peneliti jabarkan diatas, peneliti meyakini bahwa *leverage model system* dapat menjadi sebuah strategi baru untuk dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2014 sehingga mampu meningkatkan aset perbankan syariah. *Leverage model system* ini merupakan pengembangan dari sistem *Office Chanelling* yang selama ini dinilai kurang maksimal penerapannya pada perbankan syariah Indonesia karena belum dapat mencapai target yang diharapkan oleh pemerintah.

Leverage model system yang akan dibahas oleh peneliti disini merupakan salah satu strategi kebijakan yang mengacu pada manajemen pemasaran perbankan syariah dimana dalam ilmu pemasaran kita mengenal konsep klasik *Marketing Mix* dimana untuk dapat melakukan penetrasi pasar dimana untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi), dan *Promotion* (Promosi), yang dalam perkembangannya kini, telah mengalami penambahan lagi menjadi: *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses). *Leverage model system* yang dirumuskan penulis mengklasifikasikan ketujuh elemen tersebut menjadi 3 aspek yang sesuai dengan *booklet* perbankan syariah, *outlook* perbankan syariah tahun 2013 dan rumusan *blue print* perbankan syariah yang telah dibuat oleh pemerintah. Aspek tersebut mencakup *Growth* yang dipengaruhi oleh beberapa elemen dari internal perbankan syariah yaitu: Sumber Daya Manusia (SDM) perbankan syariah

(Kualitas proses pelayanan dan bukti fisik) , Biaya Pelatihan dan Pendidikan dan jumlah jaringan kantor perbankan syariah. Aspek kedua adalah *Product* yang mencakup elemen produk penghimpunan dana dan produk pembiayaan yang ada di perbankan syariah serta biaya promosi produk, dan yang terakhir adalah aspek *Risk Financing Customer* untuk mengetahui tingkat resiko pada nasabah pembiayaan yang mencakup nasabah pembiayaan dari segi golongan (UMKM dan Non UMKM) serta dari segi penggunaan pembiayaan (Modal, investasi dan konsumsi).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah Indonesia dengan Leverage Model Strategy** ”. Penelitian ini merupakan penelitian yang belum pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu karena *Leverage Model* merupakan kebijakan terbaru yang sedang dikaji oleh BI dan akan diterapkan pada tahun 2014 yang sekarang otoritasnya dialihkan kepada OJK.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah: Bagaimana strategi meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan *Leverage Model Strategy*?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas maka tujuan penelitian yang

ingin dilakukan adalah: Merumuskan strategi untuk meningkatkan pangsa perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan *Leverage Model Strategy* dalam rangka meningkatkan aset, penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan bank syariah.

2. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat langsung bagi pihak-pihak yang terkait diantaranya:

- a. Bagi Pemerintah Indonesia khususnya Bank Indonesia (BI), Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dapat memberikan kontribusi dalam analisis kebijakan perbankan syariah di Indonesia guna meningkatkan kualitas perbankan syariah di Indonesia.

- b. Bagi Perbankan Syariah di Indonesia.

Dapat memberikan manfaat dalam hal keilmuan khususnya manajemen perbankan syariah yang dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap pengambilakan keputusan kebijakan masing-masing bank syariah.

- c. Penelitian selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan memacu penelitian yang lebih baik mengenai strategi dalam meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah pada masa yang akan datang.

d. Penulis.

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan penulis mengenai perbankan syari'ah dan serta merupakan implementasi dari ilmu yang telah diperoleh selama berada di perguruan tinggi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

D. Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari sub-bab yaitu:

Bab I merupakan pendahuluan dan menjadi kerangka pemikiran di dalam proses penelitian, di dalamnya diuraikan keterkaitan antara latar belakang masalah berupa fenomena kurang maksimalnya penerapan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah dan urgensi pokok permasalahan yang akan dijadikan dasar dalam penetapan asumsi yang digunakan serta arah pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

Bab II merupakan penjelasan mengenai telaah pustaka, landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini berkaitan dengan penelitian yaitu mengenai *leverage model system* serta asal muasal munculnya kebijakan sistem ini di Indonesia.

Bab III berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang dikembangkan berdasarkan pokok masalah utama yaitu meliputi jenis dan teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data

Bab IV menguraikan mengenai analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menjelaskan informasi setiap

variabel sebelum diuji. Pembahasan pokok masalah utama melalui pengujian model regresi utama dan sub-model yang kemudian dikembangkan sesuai teori acuan menjadi beberapa pokok rekomendasi sebagai inti dari skripsi.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian dimana penulis menyimpulkan secara singkat hasil pembahasan yang telah dibahas secara mendalam pada bab sebelumnya sebagai penutup atau hasil akhir, keterbatasan penelitian, serta saran-saran baik untuk bank syariah, pemerintah, maupun untuk penelitian berikutnya.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *market share shariah banking* sedangkan *Growth FDR* dan *Risk Financing Customer* Pembiayaan tidak berepengaruh secara signifikan terhadap *market share shariah banking*.

Strategi *Leverage model system* merupakan strategi yang terintegrasi dari enam rekomendasi yang dihasilkan dalam penelitian ini yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Growth Strategy*, merupakan strategi yang diterapkan untuk memicu pertumbuhan bank syariah yang tercermin pada tingkat rasio keuangan FDR sehingga meningkatkan perluasan pangsa pasar bank syariah. Pengujian terhadap pertumbuhan FDR ini menghasilkan beberapa rekomendasi yaitu persebaran jaringan, pengembangan sumber daya manusia yang insani dan integrasi edukasi dan pelatihan. Ketiga hal tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi aksesibilitas dan kapabilitas perbankan syariah guna mempengaruhi dan merubah persepsi masyarakat mengenai sistem perbankan syariah sehingga pengoptimalan tingkat kredit yang dapat disalurkan oleh bank syariah ke masyarakat akan meningkat.

2. *Product Strategy*, merupakan strategi yang diterapkan dalam melakukan peningkatan permintaan produk yang tercermin pada penambahan jumlah pembukaan rekening nasabah di bank syariah. Pengujian terhadap pertumbuhan volume permintaan produk penghimpunan dana dan penghimpunan dana serta promosi produk dari tingkat pertumbuhan jumlah rekening nasabah di bank syariah menghasilkan strategi inovasi produk dan optimalisasi promosi produk. Kebijakan tersebut digunakan dalam rangka penyediaan produk- produk baru yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah, ragam produk dengan akad yang beragam untuk meningkatkan permintaan produk baik penghimpunan dana maupun pembiayaan, serta perkenalan keunikan dan manfaat produk perbankan syariah secara agresif, variatif dan kontinyu kepada masyarakat untuk memperluas pangsa pasar perbankan syariah.
3. *Risk Financing Customer Strategy*, merupakan strategi yang diterapkan dalam mendukung tumbuh dan berkembangnya pasar suatu produk pada nasabah pembiayaan yang tercermin pada tingkat rasio keuangan NPF bank syariah. Pengujian terhadap NPF bank syariah menghasilkan strategi pengembangan pembiayaan pada golongan UMKM yang merupakan golongan potensial untuk meningkatkan pertumbuhan bank syariah dan berdampak pada perluasan pangsa pasar perbankan syariah dan kebijakan regulasi terhadap pembiayaan yang berbasis pada jenis penggunaan pembiayaan. Hal tersebut dilakukan guna memberikan

perlakuan yang berbeda pada setiap sektor sesuai arah tingkat resiko kredit bermasalahnya, kemudian dipadukan dengan perlunya bank syariah membentuk pihak assesor khusus yang di kompeten dibidang perbankan dan memiliki kapabilitas pada pengetahuan syariah untuk melakukan observasi kelayakan calon nasabah pembiayaan melalui pendekatan berbasis islami sehingga meminimalisir terjadinya kredit bermasalah.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian belum meneliti secara spesifik pada setiap bank karena keterbatasan waktu dan tenaga serta restriksi bank-bank syariah akan data-data terkait penelitian ini. Sementara ini data yang dapat diakses hanya diperoleh dari publisitas Statistik Perbankan Syariah melalui website Bank Indonesia.
2. Metode yang digunakan masih cukup sederhana dan kurang mampu merumuskan strategi secara lebih kompleks dan komprehensif.

C. Saran

1. Penggunaan data yang lebih spesifik dari tiap bank yang sangat dianjurkan bagi penelitian berikutnya, meskipun hal tersebut sulit dilakukan terutama mengingat restriksi atau pelarangan dari pihak bank namun hal tersebut perlu dilakukan demi kemajuan perbankan syariah di Indonesia.

2. Penggunaan metode yang lebih mampu menjelaskan secara spesifik dan komprehensif, penggunaan software-software simulasi perbankan dengan konsekuensi mahalnya dana penelitian.
3. Penambahan proksi-proksi internal dan eksternal bank serta indikator-indikator makro ekonomi yang memiliki hubungan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: Lubuk Agung.

Manajemen

Kotler & Keviin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, alih bahasa Bob s\Sabran, Jakarta: Erlangga, 2009.

Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Lustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2007.

Metodologi/ Statistik/ SPSS

Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, cet. ke-5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

Hadi, Syamsul dan Widyarini, *Metode Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*, Yogyakarta: UII, 2010.

Hasan, Iqbal, *Analisis Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Ekonomi dan Perbankan Islam

Antonio, Syafi'i, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syari'ah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syari'ah*, Bogor: Ghalia Indah, 2010.

Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Machmud, Amir dan Rukmana, *Bank Syari'ah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010.

Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2008.

Muhammad, *Bank Syari'ah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Yogyakarta: Graha ilmu, 2005.

Rivai, Veithzal dkk, *Bank And Financial Instution Management: Conventional and Shariah System*, Jakarta: Raja grafindo Persada, 2007.

Umar, Husein Dr, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Wirdyaningsih dkk, *Bank dan Asurasi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006.

Peraturan dan Undang-Undang

Peraturan Bank Indonesia No. 8/3/PBI/2006 tentang Perubahan Kegiatan Usaha bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dan Pembukaan Kantor Bank yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah oleh bank Umum Konvensional.

Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Pasal 1 ke 2 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

Undang- Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Jurnal, Artikel, Skripsi dan Thesis

Bank Indonesia, “Laporan Perkembangan Bank Syariah Tahun 2013”, Jakarta: DPbS, 2013

Bank Indonesia “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2007”, Jakarta: DPbS, 2013

Dr. Agus Sugiarto “Mencari Struktur Perbankan yang Ideal”, *Artikel Kompas*, 16 Juli 2003.

Dyah Puspita Rini “Prospek Perbankan Syari’ah: Pertumbuhan yang Kuat namun Profil Keuangan akan Tetap Moderat”, *Artikel Perindo*, Februari 2014.

Firdaus Ghalba dan Harimukti Wandebori “ Proposed Business Strategy formulatin for CIMB Niaga Syariah”, *The Indonesia Journal of Business Administration*, Volume. 2, No. 8, 2013:986-1003.

Hairiennisa Rohaya “Perkembangan Skala Usaha Perbankan Syariah di Indonesia Pra dan Pasca Kebijakan *Office Channeling*”, *Jurnal La Riba*, Vol. II, No. 2, Desember 2008.

M. Zubaedy S. dan Surifah, “Pengaruh *Office Chanelling* Terhadap Kinerja Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 7 No. 3 September - Desember ’09.

Tenny Badina, Ina Indriana dan Yenny Januars, “Pengaruh *Office Chanelling* terhadap Kenaikan *Third Party Deposits* dan *Return on Assets* Unit Usaha Syariah”, *Media Riset, Bisnis dan Manajemen*, Vol. 9, No. 2, Agustus 2009.

Referensi Internet

Kompas Online, <http://www.kompas.com/.akses> 2 Februari 2014

Bank Indonesia, <http://www.bi.go.id>

Otoritas Jasa Keuangan, <http://www.ojk.go.id>

<http://www.agustiantocentre.com>

Republika Online, <http://www.Republikaonline.co.id>

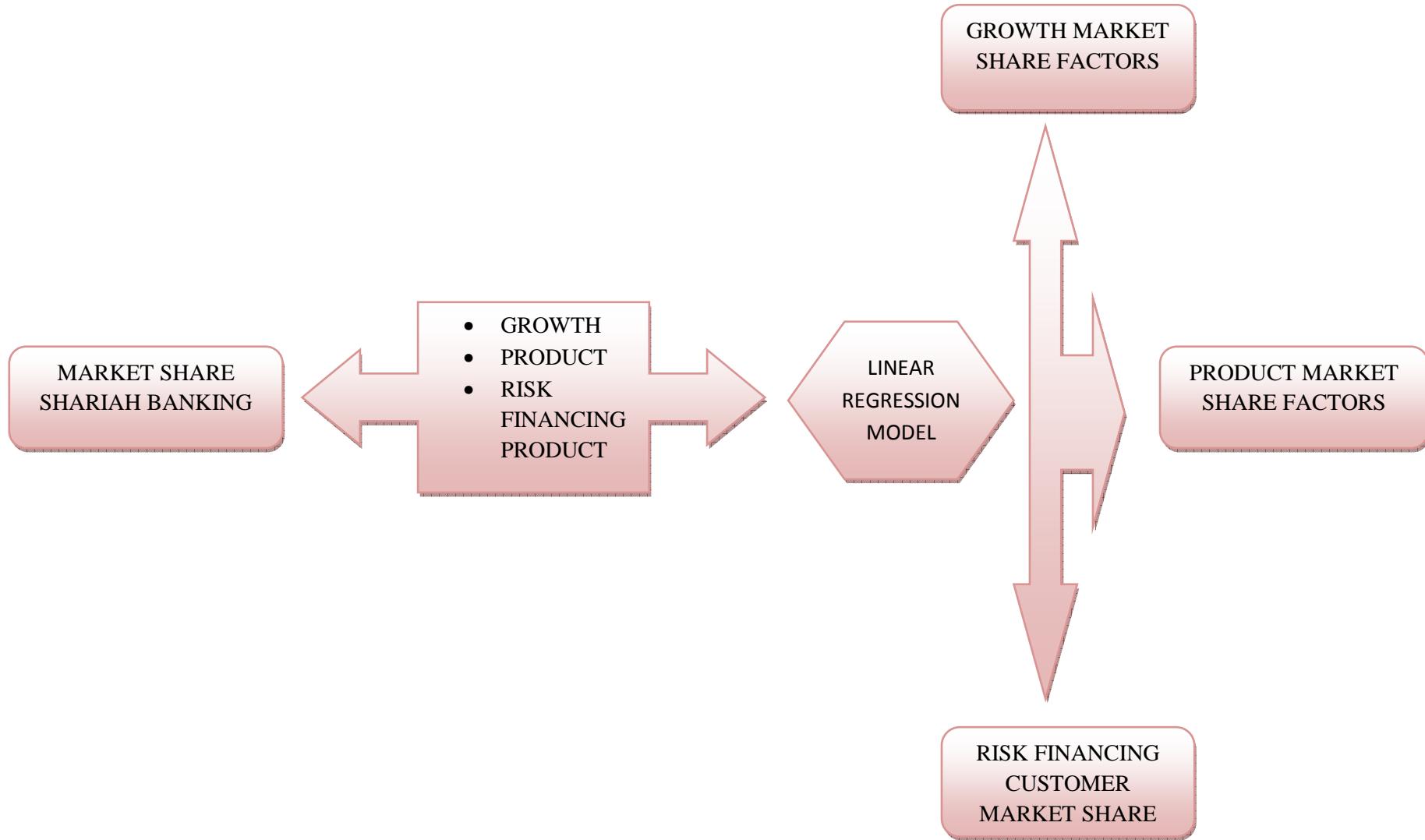
<http://www.hukumonline.com>

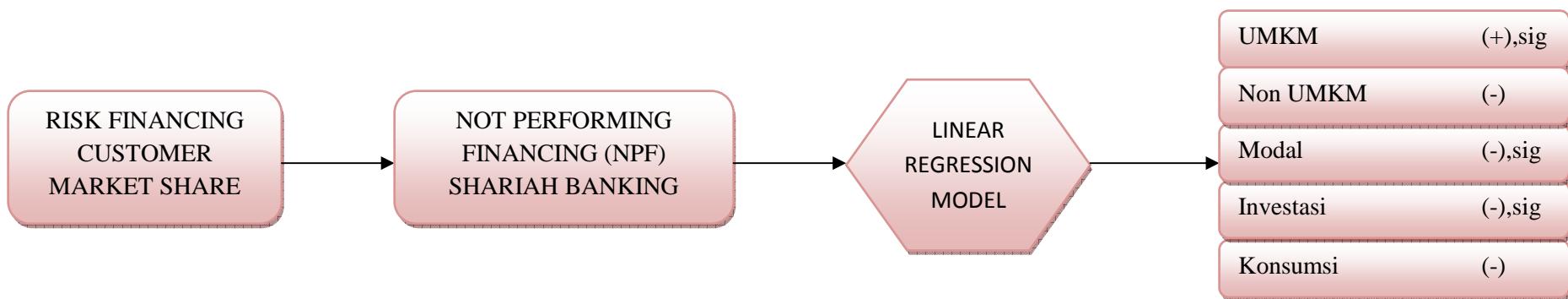
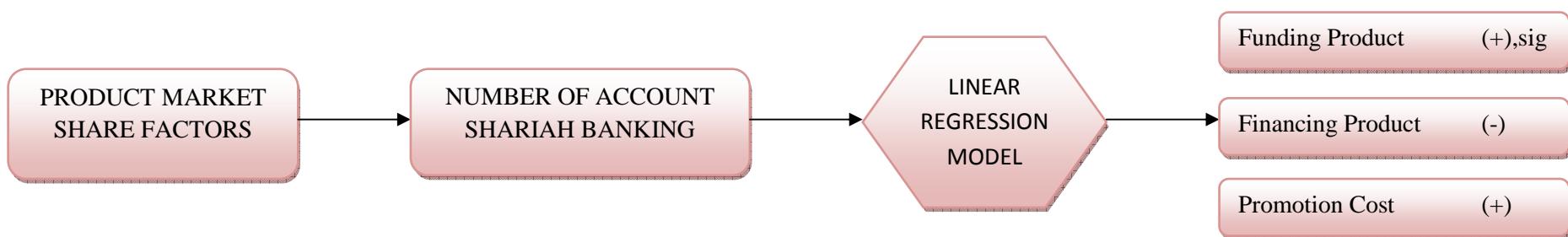
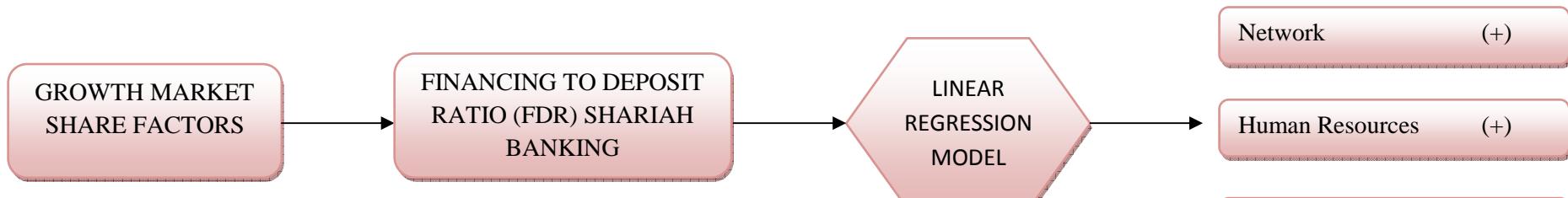
<http://pefindo.com>

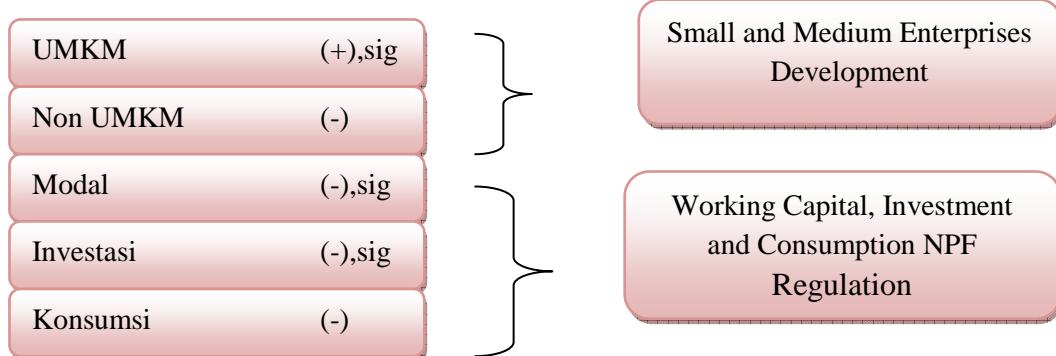
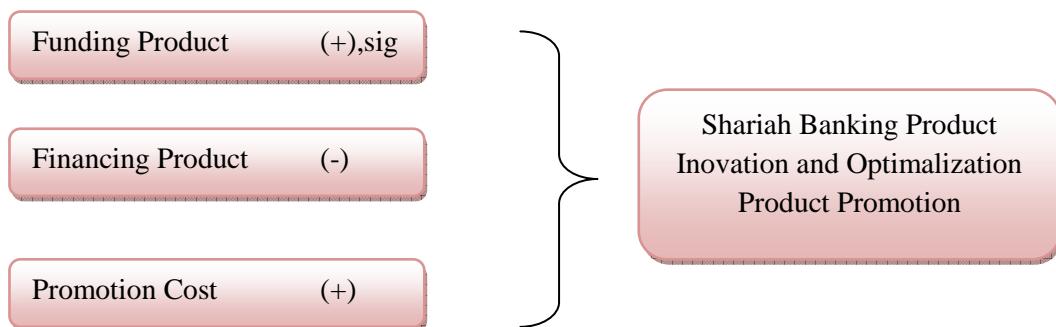
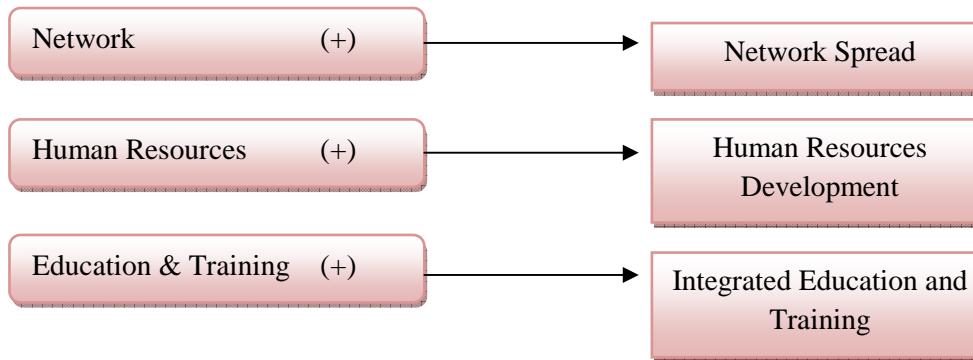
Lampiran 1

Terjemahan Hadist tentang “Larangan Pemotongan Jaalur Distribusi” halaman 42.

Artinya: “Dari Thawus, dari Ibnu Abas r.a. ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Janganlah kamu menjemput (mencegat) para pedagang yang membawa barang-barang dagangan mereka sebelum diketahui harga pasaran, dan janganlah orang kota menjual barang buat orang desa. Aku bertanya kepada Ibnu Abas: apa yang dimaksut dari sabda rasul bahwa orang kota tidak boleh menjual dagangannya dengan orang desa itu ? jawab ibnu abas: maksudnya janganlah orang kota menjadi makelar atau perantara (penghubung yang memuji-muji dagangannya bagi orang desa.” (*Hadits disepakati Imam Bukhari dan Muslim*).







**LEVERAGE
MODEL
STRATEGY**

cetak.sav

	Year	Month	network	HumanRes	EdTr
1	2010 oktober		1669	19602	48
2	2010 november		1693	19724	52
3	2010 desember		1763	20264	60
4	2011 januari		1897	20839	3
5	2011 februari		1897	21368	8
6	2011 maret		1903	21829	13
7	2011 april		1925	22163	18
8	2011 mei		1931	22849	25
9	2011 juni		1932	25055	29
10	2011 juli		1932	25386	34
11	2011 agustus		1994	25085	39
12	2011 september		2014	26397	43
13	2011 oktober		2054	26930	44
14	2011 november		2086	27548	49
15	2011 desember		2101	27660	55
16	2012 januari		2195	27887	4
17	2012 februari		2380	28574	12
18	2012 maret		2260	27874	22
19	2012 april		2267	27948	29
20	2012 mei		2323	28388	38
21	2012 juni		2377	29015	47
22	2012 juli		2408	29887	58
23	2012 agustus		2406	30150	69
24	2012 september		2536	30637	79
25	2012 oktober		2578	30875	91
26	2012 november		2610	31203	103
27	2012 desember		2663	31578	119
28	2013 januari		2699	37486	8
29	2013 februari		2720	37987	16
30	2013 maret		2740	38273	26
31	2013 april		2782	38265	38
32	2013 mei		2815	29184	52
33	2013 juni		2817	39543	67
34	2013 juli		2829	40187	82
35	2013 agustus		2871	40928	88
36	2013 september		2908	41644	108

cetak.sav

	promo	Fundpro	finanpro	MSSB	GROWTH	PRODUCT
1	159	66478	62995	85881	0.03950	7104601
2	193	69086	65942	90387	0.03990	7240028
3	236	76036	68181	97519	0.03020	7627502
4	14	75814	69724	95743	0.03280	7584993
5	28	75085	71449	95987	0.03660	7985378
6	39	79651	74253	101189	0.03600	8227036
7	60	79567	75726	100568	0.03790	8517637
8	79	82861	78618	104333	0.03760	8764457
9	102	87025	82616	109750	0.03550	8896144
10	118	89786	84556	112864	0.03750	9266841
11	142	92021	900540	116807	0.03530	9276224
12	167	97756	92839	123362	0.03500	9443657
13	231	101804	96865	127150	0.03110	9812048
14	262	105330	99427	132462	0.02740	10092897
15	339	115415	102655	145467	0.02520	10429770
16	18	116518	101689	143888	0.02680	11417949
17	44	114616	103713	145624	0.02820	11130209
18	68	119639	104239	151862	0.02760	11491932
19	90	114018	108767	144275	0.02850	11715416
20	110	115206	112844	147543	0.02930	11660296
21	134	119279	117592	155412	0.02880	11886195
22	166	121018	120910	155666	0.02920	12223496
23	197	123673	124946	161534	0.02780	12543251
24	224	127678	130357	168660	0.02740	13035551
25	261	134453	135581	174094	0.02580	13394249
26	296	138671	140318	179871	0.02500	13871292
27	372	147512	147505	195018	0.02220	14359465
28	16	148731	149672	193110	0.06910	14644197
29	39	150795	154072	196988	0.07330	14829702
30	62	156964	161081	209603	0.07210	14875231
31	89	158519	163401	207800	0.07320	15201212
32	108	163858	167259	215444	0.07690	13268484
33	134	163966	171227	218566	0.07250	13490576
34	169	166453	174486	219183	0.07350	15826852
35	196	170222	174537	223503	0.07890	16024923
36	234	171701	177320	227711	0.07580	16427893

cetak.sav

	RFC	modal	investasi	konsumsi	UMKM	NonUMKM
1	0.03950	1244	772	471	1191120	913917
2	0.03990	1264	865	499	1180025	927284
3	0.03020	1070	521	470	1168532	960086
4	0.03280	31484	13601	24639	1200872	953072
5	0.03660	31891	13813	25745	1246650	964792
6	0.03600	32774	14370	27109	1300757	937473
7	0.03790	33362	14556	27807	1307330	984967
8	0.03760	34519	14616	29484	1389111	1018322
9	0.03550	36388	15038	31190	1438178	1076402
10	0.03750	37035	15356	32165	1501262	1085163
11	0.03530	38118	16123	36298	1553329	1114183
12	0.03500	38146	16403	38290	1546593	1109679
13	0.03110	39399	16755	40652	1582716	1134349
14	0.02740	40581	17129	41717	1622730	1168540
15	0.02520	41698	17903	43053	1619015	1159570
16	0.02680	40939	17810	42940	1663551	1165375
17	0.02820	41581	18282	43850	1720161	1202342
18	0.02760	43703	19426	45987	1764208	1255188
19	0.02850	42971	19327	46469	1828968	1276874
20	0.02930	44810	19821	48212	1884848	1333946
21	0.02880	46603	20719	50271	1952112	1380803
22	0.02920	47499	21146	52264	2018693	1416036
23	0.02780	48840	22511	53594	2033336	1431522
24	0.02740	52252	23322	54784	2059827	1475269
25	0.02580	52117	24253	59212	2115952	1484765
26	0.02500	53394	24917	62007	2131311	1538364
27	0.02220	56097	26585	64823	2170954	1530071
28	0.06910	1861	778	1086	2149514	1565680
29	0.07330	2216	894	1086	2204743	1606896
30	0.07210	2347	933	1154	2269759	1640526
31	0.07320	2437	962	1265	2358204	1697044
32	0.07690	2419	1098	1365	2440442	1759536
33	0.07250	2151	953	1414	2555491	1776041
34	0.07350	2143	1162	1493	2616115	1819254
35	0.07890	2502	1201	1547	2612247	1802913
36	0.07580	2270	1161	1531	2641587	1851399

cetak.sav

	RES_1	RES_2	RES_3	RES_4
1	-81169.64530	2.28996	284.63204	3.02861
2	-172782.13150	2.72043	374.04257	3.81449
3	-380611.83524	-4.00196	332.51662	-1.86454
4	-357531.49952	-1.54533	-319.54099	0.15875
5	101501.38529	-0.04171	-39.21608	2.95895
6	-44235.90415	0.25725	-161.42724	0.55465
7	249106.54618	1.88490	-232.06109	2.45265
8	214167.60102	1.76607	-171.06219	1.46735
9	-10088.59780	0.15230	-114.90942	1.10349
10	124398.97184	-0.10773	-66.55100	-0.18432
11	-15933.43520	4.23421	-22.89589	3.58369
12	-381084.02917	1.18415	-28.27037	0.22080
13	-367486.81583	2.66858	-30.52418	0.18455
14	-390516.55798	1.40990	-9.22245	-0.99410
15	-920554.51523	-4.08275	20.29105	-6.42316
16	42149.77224	-7.74034	11.57516	-8.47287
17	-90489.98507	-3.64668	-0.94843	-5.73296
18	-157580.59631	-7.80048	-37.79241	-9.46442
19	535749.15208	-0.97066	-7.10053	-1.75542
20	376404.17577	1.41020	-27.61281	0.33247
21	253867.19821	1.62215	5.56885	0.40228
22	437886.66119	2.72400	91.39329	1.15691
23	527327.54650	2.80245	98.45549	2.15324
24	676332.21502	2.95145	58.96696	3.00087
25	455915.91207	1.89665	107.95661	1.26254
26	569971.10131	1.72024	82.52150	1.48607
27	296611.78870	-0.94615	58.28246	-0.04310
28	553625.52190	-1.55844	-5.11513	0.77303
29	560383.65186	0.48285	-111.19066	1.84510
30	80971.81489	0.37090	-107.73038	1.74295
31	270194.97921	0.66800	-93.37144	1.45277
32	-2116774.39646	-1.12156	-94.26132	-0.24390
33	-1909059.04897	0.90547	0.76223	1.12532
34	210192.18555	0.83060	20.27959	1.01150
35	84590.50756	-1.95964	38.85465	-1.25689
36	354921.87117	-1.42057	95.39960	-0.76317

cetak.sav

	RES_5	RES_6	RES_7	RES_8
1	2.53457	0.00000	2.03187	3.02861
2	2.99108	0.57540	2.60504	3.81449
3	-3.25354	-5.46021	-2.32208	-1.86454
4	-1.09323	0.00000	-2.04085	0.15875
5	2.74595	3.53645	0.97874	2.95895
6	-0.34864	2.28721	-1.65788	0.55465
7	1.87391	3.98168	0.48622	2.45265
8	1.50486	3.90216	0.89967	1.46735
9	0.06985	3.72433	1.51868	1.10349
10	-0.55786	3.20270	0.28269	-0.18432
11	3.69797	8.98239	4.64729	3.58369
12	0.65806	6.64596	1.45890	0.22080
13	2.21646	7.53731	2.44030	0.18455
14	1.03098	6.56926	1.59541	-0.99410
15	-4.59299	1.54207	-4.46476	-6.42316
16	-8.30241	0.00000	-6.87148	-8.47287
17	-4.28597	3.15607	-4.51052	-5.73296
18	-8.08655	-0.23652	-8.77156	-9.46442
19	-1.50060	8.31061	-1.12327	-1.75542
20	1.18766	10.68110	1.75311	0.33247
21	1.45426	11.40693	1.66114	0.40228
22	2.32642	13.16972	2.81401	1.15691
23	2.40282	14.42316	1.79176	2.15324
24	2.96036	14.63510	3.48094	3.00087
25	1.58027	15.66684	1.17145	1.26254
26	1.91802	16.59278	1.81418	1.48607
27	-1.05236	16.10668	-0.90102	-0.04310
28	-1.06102	0.00000	0.33217	0.77303
29	1.30577	1.04795	1.34663	1.84510
30	1.14495	1.18272	1.25577	1.74295
31	1.48196	1.15254	0.98998	1.45277
32	-0.14999	-0.36414	-1.04172	-0.24390
33	1.17492	1.94490	0.51465	1.12532
34	1.14849	1.99140	-0.12415	1.01150
35	-1.83732	-0.24369	-2.21506	-1.25689
36	-1.07588	0.11528	-1.79134	-0.76317

cetak.sav

	RES_9	RES_10	RES_11
1	0.00062	0.01483	0.0198
2	0.00140	0.01552	0.0206
3	-0.00789	0.00610	0.0110
4	-0.00285	0.00785	0.0055
5	0.00115	0.01043	0.0085
6	0.00040	0.00842	0.0072
7	0.00258	0.01012	0.0090
8	0.00126	0.00764	0.0077
9	-0.00179	0.00420	-0.0003
10	-0.00064	0.00453	0.0014
11	0.00191	0.00094	0.0013
12	0.00552	0.00082	-0.0021
13	0.00313	-0.00405	-0.0071
14	-0.00140	-0.00883	-0.0116
15	-0.00241	-0.01092	-0.0133
16	-0.00114	-0.01050	-0.0182
17	-0.00042	-0.01062	-0.0162
18	-0.00108	-0.01242	-0.0145
19	-0.00003	-0.01324	-0.0128
20	-0.00023	-0.01395	-0.0116
21	-0.00120	-0.01626	-0.0123
22	-0.00022	-0.01764	-0.0127
23	-0.00099	-0.01944	-0.0134
24	-0.00485	-0.02056	-0.0128
25	0.00070	-0.02365	-0.0132
26	0.00291	-0.02489	-0.0131
27	0.00076	-0.02873	-0.0144
28	0.00356	0.01871	0.0011
29	0.00573	0.02143	0.0051
30	0.00264	0.01849	0.0045
31	0.00134	0.01722	0.0076
32	0.00302	0.01871	0.0397
33	-0.00419	0.01126	0.0073
34	-0.00462	0.01063	0.0085
35	0.00045	0.01614	0.0129
36	-0.00316	0.01224	0.0107

cetak.sav

	Year	Month	network	HumanRes	EdTr
37	2013 oktober		2925	42062	123

cetak.sav

	promo	Fundpro	finanpro	MSSB	GROWTH	PRODUCT
37	270	174018	179284	229557	0.07480	16695562

cetak.sav

	RFC	modal	investasi	konsumsi	UMKM	NonUMKM
37	0.07480	2388	1316	1597	2700282	18331185

cetak.sav

	RES_1	RES_2	RES_3	RES_4
37	419628.43416	-0.00871	-0.69466	-0.07420

cetak.sav

	RES_5	RES_6	RES_7	RES_8
37	-2.21120	-151.80130	-0.03490	-0.07420

cetak.sav

	RES_9	RES_10	RES_11
37	-0.00001	-0.00049	0.0106

CURICULLUM VITAE

Nama: Filza Zata Lina
Tempat , tanggal lahir: Semarang, 1 Juni 1992
Jurusan/Prodi: Keuangan Islam
Fakultas: Syari'ah UIN Sunan Kalijaga
Orang Tua
 Ayah: Drs. H. Abd. Rasyid A. M.H
 Ibu: Dra. Hj. Istiqomah
Alamat: Kalangan UH 5/711 Pandeyan Umbulharjo Yogyakarta
HP: 08994988416 / 08882746140
Email: Filza_Zata@yahoo.com / Zatafilza@gmail.com

Pendidikan

1. Formal

- | | |
|--|----------|
| 1. TK ABA Mamuju Sulawesi Barat | 1999 |
| 2. SDN Rimuku | 2004 |
| 3. MTS Muallimaat Muhammadiyah Yogyakarta | 2007 |
| 4. MA Muallimaat Muhammadiyah Yogyakarta | 2010 |
| 5 Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta | Sekarang |

2. Non Formal

- | | |
|--|------|
| 1. Karantina Bahasa MA Muallimaat Muh Yogyakarta | 2009 |
| 2. Pelatihan teknologi informasi dan komunikasi | 2011 |
| 3. Language Camp UKM SPBA | 2012 |
| 4. Pelatihan aplikasi perbankan syariah | 2013 |
| 5. Korean Language Course | 2012 |

Pengalaman Organisasi

1. Bendahara di Divisi Inggris, UKM Studi Pengembangan Bahasa Asing (SPBA) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012- 2013).
2. Anggota Divisi Pusat Data dan Informasi (SADASI) KIR ASGAMA Madrasah Muallimaat Muhammadiyah Yogyakarta (2008)
3. Ketua Umum KIR ASGAMA Madrasah Muallimaat Muhammadiyah Yogyakarta (2009)
- 4 Anggota Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) (2011)