

THE INFLUENCE OF THE MAQASHID SYARIAH INDEX BASED ON THE THOUGHT OF ASY-SYATIBI ON THE MARKET SHARE OF ISLAMIC COMMERCIAL BANKS IN INDONESIA

Fatih Zaidan

Universitas Tazkia, Bogor, Indonesia

Shaifurrokhman Mahfudz

Universitas Tazkia, Bogor, Indonesia

Abstract

This study examines whether the implementation of Maqashid al-Shariah—grounded in al-Shatibi's higher objectives framework and operationalized through the Maqashid Shariah Index (MSI)—contributes to increasing the market share of Islamic commercial banks (Bank Umum Syariah) in Indonesia. Using an explanatory quantitative approach, the research employs secondary data from annual reports and OJK Islamic banking statistics for the 2016–2023 period. The MSI is measured through three dimensions: tahdzib al-fard (human development), iqamah al-'adl (justice), and jalb al-maslahah (public welfare), with total assets, capital adequacy ratio (CAR), and number of branches considered as control variables. Panel data estimation indicates that the fixed effects model is the most appropriate specification. The results show that, partially, only tahdzib al-fard is statistically significant, yet its negative coefficient should be interpreted cautiously due to extremely low variation in the data. Meanwhile, iqamah al-'adl and jalb al-maslahah are not statistically significant on an individual basis. Simultaneously, the MSI dimensions jointly affect market share, although bank-specific characteristics remain more dominant in explaining market share differences across banks. These findings imply that maqashid-based performance may function more as a long-term, reputational and legitimacy mechanism rather than an immediate driver of market share expansion

Keywords: *Maqashid Shariah Index, market share, Islamic commercial banks, Indonesian Islamic banking, panel data regression; fixed effects model, maqashid performance.*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis apakah penerapan Maqashid al-Syariah—berlandaskan pemikiran maqashid al-Syatibi dan dioperasionalkan melalui *Maqashid Shariah Index* (MSI)—mampu meningkatkan market share perbankan syariah (Bank Umum Syariah) di Indonesia. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan bank dan Statistik Perbankan Syariah OJK periode 2016–2023. MSI diukur melalui tiga dimensi, yaitu *tahdzib al-fard* (pengembangan individu), *iqamah al-'adl* (penegakan keadilan), dan *jalb al-maslahah*

(kemaslahatan umum), serta memasukkan variabel kontrol total aset, CAR, dan jumlah kantor cabang. Estimasi data panel menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang paling sesuai. Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial hanya *tahdzib al-fard* yang signifikan secara statistik, namun arah koefisien negatifnya perlu ditafsirkan secara hati-hati karena data yang sangat homogen. Sementara itu, iqamah *al-'adl* dan *jalb al-maslahah* tidak berpengaruh signifikan secara individual. Secara simultan, ketiga dimensi MSI berpengaruh terhadap market share, tetapi perbedaan karakteristik spesifik bank masih lebih dominan dalam menjelaskan variasi pangsa pasar antarbank. Temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja berbasis maqashid cenderung bekerja sebagai mekanisme reputasi dan legitimasi jangka panjang, bukan pendorong instan peningkatan market share.

Kata kunci: *Maqashid Shariah Index*, market share, Bank Umum Syariah, perbankan syariah Indonesia, regresi data panel, *Fixed Effect Mode*, kinerja maqashid.

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan struktural yang signifikan dalam dua dekade terakhir, puncaknya melalui merger Bank Syariah Indonesia (BSI). Namun, kemajuan institusional ini belum berbanding lurus dengan penguasaan pasar, di mana market share perbankan syariah masih tertahan di angka 7,72% pada akhir 2024 (OJK, 2025). Terdapat kesenjangan yang lebar antara potensi populasi Muslim sebagai pangsa pasar alami dengan realitas preferensi masyarakat yang masih cenderung memilih bank konvensional. Kondisi ini dipicu oleh berbagai faktor seperti persepsi layanan, aksesibilitas, dan rendahnya kesadaran masyarakat akan nilai substansial yang membedakan bank syariah (Suliyono & Risfandy, 2021; Hasan, 2019).

Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan instrumen penilaian yang tidak hanya berbasis kinerja finansial, tetapi juga mencakup dimensi etis dan sosial melalui pendekatan Maqāsid al-Syariah. Berdasarkan formulasi Abu Zahrah yang diadopsi oleh Muhammad Umar Chapra, terdapat tiga dimensi utama sebagai tolok ukur: pendidikan pribadi (*tahdzīb al-fard*), keadilan muamalah (*iqāmah al-'adl*), dan kesejahteraan umum (*jalb al-maṣlahah*) (Chapra, 2008; Maudhunati & Muhajirin, 2022). Dimensi-dimensi ini kemudian dioperasionalkan ke dalam *Maqashid Shariah Index* (MSI) untuk mengukur kontribusi institusi keuangan terhadap tujuan syariah secara nyata, melampaui sekadar kepatuhan legal-formal (Suprayitno et al., 2017; Sayuti et al., 2022).

Secara teoritis, Maqashid Shariah berfungsi sebagai *grand theory* yang mengintegrasikan nilai spiritual dan sosial untuk mencapai kemaslahatan (masalah) serta

mencegah kerusakan (*mafsadah*) (Al Raysuni, 1992). Jasser Auda (2008) menekankan bahwa kerangka ini bersifat sistemik dan dinamis, memastikan prinsip syariah tetap relevan di era modern. Melalui MSI, bank syariah diharapkan dapat mengonversi nilai-nilai seperti distribusi zakat, literasi keuangan, dan pembiayaan sektor riil menjadi reputasi lembaga yang kuat. Namun, dalam praktiknya, sering kali terjadi disonansi di mana bank dengan kepatuhan formal yang baik belum tentu memberikan dampak sosial yang nyata bagi masyarakat (Asmar et al., 2023).

Fenomena menarik muncul ketika skor MSI yang tinggi ternyata tidak menjamin dominasi pasar. Data menunjukkan bank dengan skor MSI unggul seperti BCA Syariah dan Panin Dubai Syariah justru memiliki pangsa pasar yang kecil, sementara BSI yang menguasai lebih dari 40% aset industri memiliki skor MSI yang masih perlu perbaikan (Fitriansyah & Hannase, 2023; Zulfa et al., 2022). Ketimpangan ini mengindikasikan bahwa pencapaian nilai-nilai maqashid belum sepenuhnya terkomunikasi secara efektif ke publik atau belum menjadi daya tarik utama bagi nasabah dalam memilih layanan perbankan (Suprayitno & Haq, 2022; Kristianingsih et al., 2021). Hal ini berbeda dengan negara-negara GCC atau Pakistan yang berhasil mendongkrak pangsa pasar melalui kombinasi regulasi proaktif dan inovasi bisnis (King, 2017; Shaikh, 2023).

Mengingat masih terbatasnya literatur yang menguji hubungan langsung antara MSI dengan indikator kinerja eksternal, penelitian ini hadir untuk menguji pengaruh MSI terhadap *market share* bank syariah di Indonesia periode 2016–2023. Penelitian ini menggunakan variabel kontrol seperti total aset, *Capital Adequacy Ratio* (CAR), dan jaringan kantor cabang untuk meningkatkan validitas model analisis. Melalui pendekatan kuantitatif, studi ini bertujuan membuktikan apakah penerapan Maqashid Shariah dapat ditransformasikan menjadi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan kepercayaan publik dan loyalitas nasabah secara nyata di tengah persaingan industri (Wahyuni et al., 2020; Puspitasari et al., 2024).

Kajian Teori

1. Teori Maqashid Syariah

Maqashid Syariah merupakan fondasi filosofis hukum Islam yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) dan mencegah kerusakan (*mafsadah*) melalui

perlindungan terhadap lima kebutuhan dasar (*dharuriyyat al-khams*), yakni agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Evolusi pemikiran ini bertransformasi dari pendekatan klasifikasi hierarkis Imam al-Syatibi menuju pendekatan sistemik modern Jasser Auda yang bersifat multidimensi, terbuka, dan dinamis, sehingga memungkinkannya menjadi alat penggali hukum kontemporer yang relevan (Auda, 2008). Dalam ranah ekonomi, Maqashid Syariah tidak lagi sekadar menjadi aturan legalitas formal, melainkan berkembang menjadi kerangka etis-operasional yang menekankan pada pembangunan manusia, keadilan sosial, dan pemerataan kesejahteraan melampaui orientasi profitabilitas semata (Chapra, 2008).

Meskipun menghadapi tantangan terkait sifatnya yang interpretatif (*ijtihadi*) dan kritik dari kelompok formalis yang mengkhawatirkan pengabaian nash eksplisit, operasionalisasi Maqashid Syariah dalam praktik kelembagaan menjadi krusial untuk menjembatani idealisme normatif dengan realitas industri (Qotadah, 2020). Efektivitas implementasinya dalam perbankan syariah sangat bergantung pada dukungan struktural berupa tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) serta komitmen dewan untuk memastikan nilai-nilai substansial tersebut terwujud dalam kebijakan strategis (Pranata & Laela, 2020). Dalam konteks ini, penggunaan instrumen seperti *Maqashid Shariah Index* (MSI) menjadi relevan sebagai parameter evaluatif untuk mengukur pengaruh kontribusi sosial dan spiritual bank syariah terhadap posisi pasar (*market share*), sekaligus menjawab perdebatan mengenai apakah industri perbankan di Indonesia telah beranjak dari sekadar kepatuhan formal menuju integrasi nilai syariah yang mendalam.

2. Stakeholder Theory

Teori *Stakeholder*, yang diinisiasi oleh Edward Freeman (1984), merevolusi paradigma manajemen dengan menegaskan bahwa keberlanjutan organisasi tidak hanya bertumpu pada kepentingan pemegang saham (*shareholders*), melainkan pada kemampuan perusahaan dalam menyelaraskan kebutuhan berbagai pihak seperti karyawan, konsumen, pemasok, hingga pemerintah. Evolusi teoretis ini kemudian diperdalam oleh Donaldson dan Preston (1995) melalui klasifikasi tiga perspektif utama—deskriptif, instrumental, dan normatif—serta model salience dari Mitchell, Agle, dan Wood (1997) yang memetakan prioritas pemangku kepentingan berdasarkan atribut kekuasaan (*power*), legitimasi, dan

urgensi. Kerangka kerja ini memungkinkan organisasi untuk melakukan identifikasi strategis terhadap entitas mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap efektivitas pengambilan keputusan dan reputasi jangka panjang perusahaan.

Dalam diskursus ekonomi Islam, prinsip-prinsip Teori *Stakeholder* berintegrasi secara harmonis dengan nilai-nilai Maqashid Syariah yang menekankan pada kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*) dan keadilan sosial, di mana institusi keuangan dipandang sebagai agen pembangunan sosial yang memikul kewajiban moral serta hukum (Chapra, 2008; Siddiqi, 2001). Implementasi *Maqashid Shariah Index* (MSI) dalam konteks perbankan syariah tidak hanya berfungsi sebagai refleksi normatif terhadap etika bisnis Islam, tetapi juga memiliki dampak instrumental yang kuat dalam memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan utama, yakni masyarakat luas. Berdasarkan logika kausalitas tersebut, kinerja sosial dan etis yang diukur melalui dimensi-dimensi maqashid diyakini mampu meningkatkan loyalitas nasabah dan memperluas basis pelanggan, yang pada akhirnya secara signifikan akan mendorong peningkatan pangsa pasar (*market share*) bank syariah melalui pencitraan reputasi yang berlandaskan keadilan dan transparansi.

3. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi menegaskan bahwa eksistensi dan keberlanjutan suatu organisasi sangat bergantung pada keselarasan antara nilai-nilai institusional dengan norma sosial serta ekspektasi publik yang berlaku di lingkungan eksternal (Suchman, 1995). Dalam operasionalisasi perbankan syariah, sering kali muncul tantangan berupa "kesenjangan legitimasi" (*legitimacy gap*), yakni kondisi di mana niat baik dan kepatuhan syariah internal tidak terkomunikasikan secara transparan, sehingga gagal memenuhi persepsi dan kepercayaan masyarakat (Deegan, 2002). Sebagai solusi strategis, strategi pengungkapan informasi melalui instrumen seperti Maqashid Shariah Index (MSI) menjadi sangat krusial; MSI berfungsi sebagai alat untuk mendemonstrasikan keterikatan institusi terhadap nilai-adilan, kesejahteraan sosial, dan edukasi, yang secara universal diakui sebagai indikator moralitas dalam industri keuangan (Lindblom, 1994).

Secara teologis, konsep legitimasi ini berparalel secara harmonis dengan nilai-nilai fundamental Islam seperti *amanah*, *tabligh*, dan *shiddiq*, di mana kepercayaan sosial dipandang sebagai fondasi utama yang menopang sistem ekonomi Islam (Chapra, 2008).

Pandangan ini diperkuat oleh pemikiran Imam al-Ghazali yang menekankan bahwa keberhasilan sebuah amal tidak cukup hanya diukur dari niatnya, melainkan harus dinilai dari hasil nyata (*natijah*) dan dampak (*atsar*) yang dirasakan oleh publik (Al-Ghazali, 2004). Oleh karena itu, penggunaan MSI dalam penelitian ini bukan sekadar alat ukur teknis, melainkan sebuah instrumen strategis untuk menjembatani persepsi publik dan membangun legitimasi substantif, yang pada akhirnya bertujuan memperkuat posisi pasar serta kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah sebagai entitas yang konsisten antara klaim nilai dan praktik sosial.

4. Maqashid Syariah dalam Ekonomi Islam

Maqāsid al-Syariah berfungsi sebagai fondasi moral dan filosofis yang mendalam dalam ekonomi Islam, mengarahkan aktivitas ekonomi melampaui sekadar efisiensi dan akumulasi keuntungan menuju pencapaian keadilan sosial serta kemaslahatan umat secara holistik. Berbeda dengan ekonomi konvensional, sistem ini menekankan keseimbangan antara aspek spiritual, sosial, dan material, di mana menurut Muhammad Umer Chapra (2008), fokus utamanya adalah distribusi kekayaan yang adil, pengentasan kemiskinan, serta perlindungan kelompok rentan melalui instrumen seperti zakat, larangan riba, dan prinsip bagi hasil. Landasan ini dioperasionalkan melalui hierarki kebutuhan manusia yang mencakup *darūriyyāt* (primer), *ḥājīyyāt* (sekunder), dan *taḥsīniyyāt* (tersier), sehingga kebijakan fiskal berbasis maqashid secara inheren memprioritaskan anggaran pada sektor krusial seperti pendidikan dan pemberdayaan masyarakat dibandingkan proyek-proyek yang murni berorientasi pada laba material.

Secara praktis, penerapan prinsip ini telah menunjukkan dampak sosial yang terukur di berbagai negara, seperti pengelolaan zakat strategis di Malaysia untuk pengentasan kemiskinan serta inovasi *Cash Waqf Linked Sukuk* (CWLS) di Indonesia yang membiayai layanan publik gratis, mencerminkan dimensi *tahdzīb al-fard* dan *jalb al-maṣlahah* secara nyata (Abd Wahab & Abdul Rahman, 2011; Zainal, 2016). Jasser Auda (2008) memperkuat urgensi ini dengan menekankan bahwa maqashid harus dipahami secara sistemik sebagai kerangka kerja yang mengintegrasikan nilai, tujuan, dan kebijakan dalam tata kelola lembaga ekonomi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Sebagai sebuah peta jalan, *Maqāsid al-Syariah* mengubah fokus ekonomi dari akumulasi modal individu menjadi

solidaritas kolektif yang inklusif, memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya bersifat semu tetapi menghasilkan keberkahan yang merata bagi seluruh lapisan masyarakat.

5. *Maqashid Shariah Index (MSI)*

Maqashid Shariah Index (MSI) merupakan instrumen evaluasi performa perbankan syariah yang bersifat holistik, mengintegrasikan dimensi etika, spiritual, dan sosial yang sering kali terabaikan oleh indikator keuangan konvensional seperti *Return on Asset (ROA)* atau *Net Profit Margin (NPM)* (Hartono & Sobari, 2017). Berakar pada trilogi dimensi maqashid Abu Zahrah—*tahdzīb al-fard* (pendidikan moral), *iqāmah al-‘adl* (penegakan keadilan), dan *jalb al-maṣlahah* (kemaslahatan umum)—MSI dikontekstualisasikan oleh Muhammad Umer Chapra untuk memastikan bahwa aktivitas perbankan tidak hanya mengejar efisiensi profitabilitas, tetapi juga berkontribusi secara adil terhadap kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi jangka panjang. Penggunaan MSI dalam penelitian ini didasarkan pada kerangka teoretis yang telah divalidasi oleh studi perintis seperti Mohammed et al. (2008) serta Dusuki dan Bouheraoua (2011), menjadikannya sebuah standar pengukuran objektif untuk menilai sejauh mana misi moral Islam terinternalisasi secara substantif dalam praktik bisnis perbankan.

Operasionalisasi MSI dilakukan melalui pengolahan kuantitatif data laporan tahunan dan sosial bank, mencakup indikator-indikator krusial seperti anggaran pelatihan SDM, rasio pembiayaan UMKM, hingga kontribusi zakat dan program CSR, yang memungkinkan perbandingan kinerja antarlembaga secara sistematis (Pratiwi et al., 2023). Bukti empiris di Indonesia menunjukkan adanya variasi signifikan di mana bank dengan pangsa pasar dominan belum tentu mencetak skor MSI tertinggi, yang mengindikasikan bahwa ukuran aset bukanlah cerminan mutlak dari keberhasilan pencapaian maqashid (Suprayitno & Haq, 2022). Oleh karena itu, MSI diadopsi dalam studi ini sebagai alat strategis yang tervalidasi oleh berbagai riset kontemporer (Wahyuni & Haq, 2022; Sayuti et al., 2022) untuk membuktikan bahwa keberhasilan bank syariah harus dievaluasi melampaui angka material, yakni dengan menempatkan kebermaknaan spiritual dan dampak sosial sebagai pusat penilaian keberhasilan kelembagaan yang berkelanjutan.

6. *Market Share* Perbankan Syariah

Market share merupakan indikator fundamental untuk mengukur tingkat penerimaan masyarakat terhadap perbankan syariah, yang secara teknis dihitung berdasarkan proporsi aset, pembiayaan, atau Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap total industri perbankan nasional (Sukmana & Kuswanto, 2015). Pertumbuhan pangsa pasar ini ditentukan oleh interaksi dinamis antara faktor internal, seperti efisiensi operasional, kualitas aset melalui rasio *Non-Performing Financing* (NPF), dan luas jaringan distribusi, serta faktor eksternal yang mencakup literasi keuangan masyarakat, dukungan regulasi, dan persepsi publik (Arif & Rahmawati, 2018; Hasan, 2019). Di Indonesia, meskipun terdapat upaya penguatan struktur industri melalui merger Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mencapai skala ekonomi yang lebih besar, *market share* perbankan syariah masih menunjukkan tren pertumbuhan yang relatif lambat di kisaran 7,1% per Oktober 2023, sebuah angka yang dinilai belum optimal mengingat besarnya populasi Muslim dan dominasi sistem perbankan konvensional yang masih kuat (OJK, 2023; Mala et al., 2022).

Dalam upaya menembus stagnasi pasar tersebut, integrasi nilai-nilai Maqāsid al-Syariah melalui penggunaan *Maqashid Shariah Index* (MSI) muncul sebagai strategi diferensiasi etis yang mampu memperkuat loyalitas nasabah dan legitimasi sosial. Fenomena industri menunjukkan adanya divergensi di mana bank dengan modal besar seperti BSI memimpin secara kuantitatif, namun bank dengan skala lebih kecil seperti Panin Dubai Syariah atau BCA Syariah sering kali lebih unggul dalam pencapaian kualitatif indikator maqashid (Fitriansyah & Hannase, 2023; Zulfa et al., 2022). Oleh karena itu, keberhasilan jangka panjang perbankan syariah tidak cukup hanya bersandar pada kekuatan struktural dan profitabilitas finansial semata, melainkan harus menyelaraskan pertumbuhan pangsa pasar dengan internalisasi nilai-nilai maqashid yang substansial. Dengan menjadikan MSI sebagai indikator strategis, bank syariah dapat mengapitalisasi reputasi moral dan kontribusi sosialnya sebagai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk meraih kepercayaan publik yang lebih luas (Ardila et al., 2019; Zulfa et al., 2022).

Metode Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini memfokuskan kajian pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia

periode 2016–2023, sebuah lokus yang dianggap sebagai laboratorium ideal untuk menguji signifikansi operasionalisasi *Maqashid Shariah Index* (MSI) dalam meningkatkan daya saing pasar di tengah dominasi perbankan konvensional (Mohammed et al., 2008; Dusuki & Bouheraoua, 2011). Pemilihan rentang waktu tersebut secara metodologis didasarkan pada fase konsolidasi nilai *value-based intermediation* (VBI) dan dinamika struktural industri, termasuk peristiwa fundamental merger Bank Syariah Indonesia (BSI) tahun 2021 serta dampak pandemi COVID-19, sembari mengatasi kendala teknis inkonsistensi pelaporan data sosial sebelum tahun 2016 (Sukmana & Kuswanto, 2015; Suprayitno & Haq, 2022). Dengan mengadopsi paradigma positivis melalui pendekatan kuantitatif berbasis data sekunder otoritatif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2025 ini bertujuan memberikan analisis empiris yang valid mengenai sejauh mana internalisasi nilai maqashid secara substantif mampu mengekspansi pangsa pasar perbankan syariah nasional.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif eksplanatori berbasis paradigma positivistik untuk menguji hubungan sebab-akibat antara *Maqashid Shariah Index* (MSI) dan market share Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia periode 2016–2023 secara sistematis dan objektif (Neuman, 2014). Melalui pengukuran hubungan antarvariabel yang terukur sesuai prinsip pengujian hipotesis (Sugiyono, 2017), studi ini menggabungkan kerangka normatif maqashid—yang mencakup dimensi *tahdzīb al-fard*, *iqāmah al-‘adl*, dan *jalb al-maṣlahah*—dengan instrumen empiris kuantitatif yang diperkuat oleh variabel kontrol seperti total aset, *Capital Adequacy Ratio* (CAR), dan jumlah kantor cabang guna menghasilkan analisis yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama periode 2016–2023. Berdasarkan data OJK, terdapat 14 BUS yang aktif pada periode tersebut. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Tabel 1 Kriteria Inklusi Perbankan Umum Syariah

No	Kriteria Inklusi	Keterangan
----	------------------	------------

1	Merupakan Bank Umum Syariah (bukan Unit Usaha Syariah/UUS)	Fokus penelitian adalah BUS dengan izin operasional penuh berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
2	Terdaftar dan aktif diawasi oleh OJK selama periode 2016–2023	Memastikan validitas dan keberlanjutan data dalam periode observasi.
3	Menerbitkan laporan tahunan lengkap dan konsisten setiap tahun	Laporan tahunan dibutuhkan untuk menghitung MSI dan variabel keuangan lainnya.
4	Menyediakan data yang diperlukan untuk penghitungan MSI dan variabel kontrol	Untuk menjamin kelengkapan observasi dalam analisis regresi panel.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh enam bank yang memenuhi seluruh syarat sebagai sampel penelitian, sebagaimana disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 2 Bank yang Memenuhi Seluruh Syarat Sebagai Sampel Penelitian

No	Nama Bank Umum Syariah (BUS)	Keterangan
1	PT Bank Syariah Indonesia Tbk	Hasil merger tiga bank syariah BUMN pada 2021.
2	PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	BUS pertama di Indonesia, berdiri sejak 1991.
3	PT Bank Mega Syariah	Memiliki fokus pada pembiayaan konsumen dan UMKM.
4	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	Menyediakan produk korporasi dan ritel syariah.
5	PT Bank BCA Syariah	Fokus pada pembiayaan ritel dan corporate banking syariah.
6	PT Bank BTPN Syariah Tbk	Fokus pada inklusi keuangan dan pemberdayaan masyarakat kecil.

4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengadopsi desain kuantitatif eksplanatori dengan memanfaatkan data sekunder yang bersifat objektif, terukur, dan dapat direplikasi untuk menguji hubungan kausalitas antarvariabel berdasarkan catatan historis yang terdokumentasi secara resmi (Neuman, 2014). Sesuai dengan definisi Sugiyono (2017), data ini dikumpulkan melalui media perantara dari institusi kredibel seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan laporan tahunan masing-masing Bank Umum Syariah guna menjamin validitas empiris serta efisiensi dalam menangkap dinamika industri periode 2016–2023. Penggunaan sumber data otoritatif ini sangat krusial untuk mengoperasionalkan tiga dimensi *Maqashid Shariah Index* (MSI) secara akurat (Mohammed et al., 2008; Dusuki & Bouheraoua, 2011), sehingga integrasi antara laporan keuangan, statistik perbankan syariah, dan basis data publikasi resmi lainnya mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh internalisasi nilai maqashid terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Tabel 3 Ringkasan Sumber Data Penelitian *Maqashid Shariah Index* dan *Market Share*

No	Kategori Sumber Data	Deskripsi dan Tujuan Penggunaan	Contoh Data yang Dikumpulkan / Variabel yang Diukur	Lembaga / Sumber Resmi
1	Laporan Tahunan Bank Umum Syariah (2016–2023)	Dokumen utama yang digunakan untuk menghitung <i>Maqashid Shariah Index</i> (MSI) berdasarkan tiga dimensi maqashid: <i>tahdzīb al-fard</i> , <i>iqāmah al-‘adl</i> , dan <i>jalb al-maṣlahah</i> .	- Biaya pelatihan SDM- pembiayaan sektor riil- Dana ZIS dan CSR sosial	Laporan tahunan resmi masing- BUS yang dipublikasikan di situs bank atau OJK.
2	Statistik Perbankan	Digunakan untuk memperoleh data	- Pangsa pasar BUS- Total aset industri	Statistik Perbankan

Syariah (OJK)	<i>market share</i> , total aset, <i>Capital Adequacy Ratio (CAR)</i> , dan jumlah kantor cabang. Sumber ini berfungsi sebagai basis penghitungan variabel dependen dan kontrol.	perbankan- kantor cabang- CAR	Jumlah Syariah – OJK Rasio (2016–2023).
3 Publikasi dan Basis Data Resmi Lainnya	Digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung interpretasi hasil dan validasi data utama.	- Data pendukung dari BI dan KNEKS- Publikasi ilmiah dan laporan industri terkait perbankan syariah	- Bank Indonesia (BI)- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)- Jurnal dan laporan penelitian relevan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengadopsi desain kuantitatif eksplanatori yang memanfaatkan data sekunder objektif dan terukur dari dokumen resmi lembaga otoritatif untuk menguji hubungan kausalitas antarvariabel secara sistematis (Neuman, 2014). Sesuai dengan metode dokumentasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017), data dihimpun melalui ekstraksi laporan tahunan bank syariah serta publikasi Statistik Perbankan Syariah OJK periode 2016–2023 guna mengoperasionalkan dimensi *Maqashid Shariah Index (MSI)* berdasarkan model Mohammed et al. (2008) dan Dusuki & Bouheraoua (2011). Proses pengumpulan data yang melibatkan validasi silang dengan sumber dari Bank Indonesia dan KNEKS ini menjamin akurasi serta efisiensi dalam menangkap dinamika industri, yang

kemudian diorganisasikan ke dalam format data panel untuk memfasilitasi analisis regresi yang mendalam terhadap variabel dependen *market share* serta variabel kontrol terkait (Baltagi, 2008).

6. Definisi Operasional Variabel

Tabel 4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Jenis	Indikator	Formula	Satuan	Sumber
MSI (Agregat)	Independen	<i>Tahdzīb al-fard, Iqāmah al-‘adl, Jalb al-maṣlahah</i>	MSI = (Skor TF + Skor IA + Skor JM) / 3	Skor 0–100	Laporan Tahunan
<i>Tahdzīb al-fard</i>	Sub-indikator	Dana pelatihan karyawan / Total pengeluaran SDM	(Total Dana Pelatihan ÷ Total Biaya SDM) × 100	Persentase (%)	Laporan Tahunan
<i>Iqāmah al-‘adl</i>	Sub-indikator	Dana pembiayaan sektor riil / Total pembiayaan	(Pembiayaan Sektor Riil ÷ Total Pembiayaan) × 100	Persentase (%)	Laporan Tahunan
<i>Jalb al-maṣlahah</i>	Sub-indikator	Dana zakat, CSR, dana sosial / Laba setelah pajak	(Dana Sosial ÷ Laba Bersih) × 100	Persentase (%)	Laporan Tahunan
<i>Market share</i>	Dependen	Pangsa aset bank syariah	(Aset Bank Syariah ÷ Aset Total Perbankan) × 100	Persentase (%)	OJK

CAR	Kontrol	<i>Capital adequacy ratio</i>	(Modal Aset Tertimbang Risiko) × 100	÷	Persentase (%)	OJK
Total Aset	Kontrol	Jumlah total aset	-		Rupiah	Laporan Tahunan
Jumlah Cabang	Kontrol	Total kantor cabang	-		Unit	OJK

7. Teknik Analisis Data

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini diaplikasikan untuk menyederhanakan data numerik yang kompleks guna memberikan gambaran komprehensif mengenai karakteristik variabel *Maqashid Shariah Index* (MSI), *market share*, total aset, CAR, serta jumlah kantor cabang melalui pengukuran nilai rata-rata (*mean*), median, standar deviasi, hingga rentang nilai maksimum dan minimum (Ahmad & Jaya, 2021). Penerapan teknik ini, yang mencakup penyajian data dalam bentuk tabel dan grafik serta evaluasi ukuran pemusatan dan penyebaran data, berfungsi sebagai instrumen krusial untuk mempermudah pemahaman distribusi data secara efisien sekaligus menilai potensi generalisasi karakteristik sampel terhadap populasi Bank Umum Syariah di Indonesia (Nasution, 2017).

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memvalidasi asumsi bahwa residual dalam model regresi terdistribusi secara normal, yang merupakan prasyarat krusial agar parameter regresi yang dihasilkan memiliki keabsahan dalam inferensi statistik. Berdasarkan metodologi yang diusulkan oleh Umar (2019), pengujian ini dioperasionalkan melalui dua pendekatan komplementer, yakni uji *Kolmogorov–Smirnov* yang menetapkan ambang batas nilai signifikansi di atas 0,05, serta analisis visual menggunakan grafik *Normal Probability Plot* (*Normal P–P Plot*). Konsistensi antara hasil uji statistik yang signifikan dan pola sebaran titik yang mengikuti garis diagonal pada grafik *P–P Plot* secara

kumulatif membuktikan bahwa data tidak menyimpang dari distribusi normal, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi syarat untuk analisis lebih lanjut.

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merujuk pada kondisi ketika terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam perhitungan koefisien regresi serta menurunkan akurasi estimasi. Untuk menguji keberadaan multikolinearitas, digunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan standar yang dikemukakan oleh Duli (2019), model dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Nilai VIF yang rendah mencerminkan bahwa hubungan antar variabel bebas tidak saling tumpang tindih secara signifikan, sehingga estimasi koefisien menjadi lebih stabil dan interpretatif.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varians dari residual tidak konstan pada berbagai nilai prediksi. Ketidakteraturan ini dapat menurunkan efisiensi dari estimasi regresi. Dalam penelitian ini, pengujian *heteroskedastisitas* dilakukan menggunakan metode *Glejser*. Kriteria pengujian didasarkan pada nilai signifikansi regresi dari residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* (Jaya, 2020). Dalam kasus tersebut, model dianggap memiliki varians residual yang homogen (*homoskedastik*), yang menjadi prasyarat validitas dalam estimasi regresi.

4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi mengacu pada kondisi di mana residual dari suatu periode waktu memiliki korelasi dengan residual dari periode waktu sebelumnya. Ini menjadi perhatian utama dalam penelitian yang menggunakan data deret waktu atau panel. Untuk menguji autokorelasi, digunakan uji *Durbin–Watson* (DW). Nilai DW yang ideal berada dalam rentang 1,5 hingga 2,5, yang mengindikasikan tidak adanya autokorelasi (Ghodang & Hantono, 2020). Nilai DW di bawah 1,5 menunjukkan adanya autokorelasi positif, sementara nilai di atas 2,5 menunjukkan adanya autokorelasi negatif. Pemenuhan asumsi ini memastikan bahwa residual bersifat acak, sehingga estimasi model tidak dipengaruhi oleh pola waktu yang berulang.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali dan Ratmono (2017), regresi linier berganda cocok digunakan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan dua atau lebih variabel independen, serta untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan. Model umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z_1 + \beta_5 Z_2 + \beta_6 Z_3 + \epsilon$$

Dengan:

- a) $Y = \text{Market share}$
- b) $X_1 = \text{Tahdzīb al-fard}$
- c) $X_2 = \text{Iqāmah al-'adl}$
- d) $X_3 = \text{Jalb al-maṣlahah}$
- e) $Z_1 = \text{Total aset}$
- f) $Z_2 = \text{Capital adequacy ratio (CAR)}$
- g) $Z_3 = \text{Jumlah kantor cabang}$
- h) $\beta_0 = \text{Konstanta}$
- i) $\beta_1\text{--}\beta_6 = \text{Koefisien regresi}$
- j) $\epsilon = \text{Error (residual)}$

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen (*market share*) dapat dijelaskan oleh variabel independen dan kontrol. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Menurut Sugiarto & Siagian (2006), semakin mendekati nilai 1, maka model memiliki daya jelaskan yang kuat. Dalam penelitian ini digunakan adjusted R^2 karena jumlah variabel independen lebih dari satu. Rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

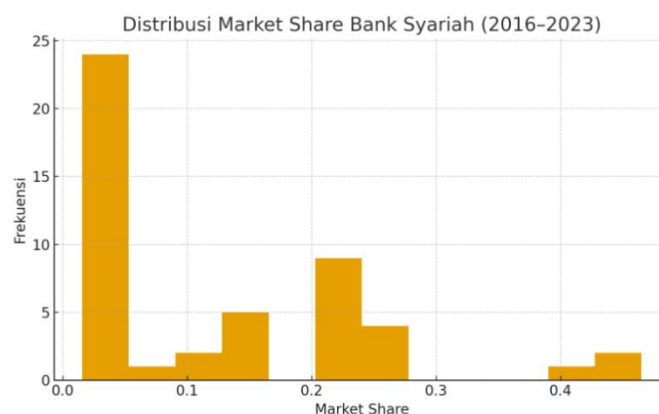
Variabel	Mean	Std Dev	Min	Max
Tahdzib al-Fard	0.015	0.000	0.015	0.015
Iqamah al-Adl	0.22198	0.05997	0.091	0.321

Jalb al-Maslahah	0.23006	0.06483	0.097	0.348
Market Share	0.12289	0.12485	0.0155	0.4650

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil statistik deskriptif pada Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *Tahdzib al-Fard* memiliki nilai yang konstan sebesar 0.015 pada seluruh observasi, menggambarkan tingkat homogenitas yang tinggi pada dimensi pengembangan kualitas individu di seluruh bank syariah. Variabel *Iqamah al-‘Adl* memiliki rentang nilai 0.091 hingga 0.321, dengan standar deviasi 0.059, yang menunjukkan variasi antar-bank dalam penerapan prinsip keadilan, tata kelola, dan kepatuhan syariah.

Variabel *Jalb al-Maslahah* memiliki variasi yang lebih besar dibandingkan dua dimensi sebelumnya, yaitu dengan nilai minimum 0.097 dan maksimum 0.348. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi bank terhadap kemaslahatan masyarakat, seperti dukungan terhadap UMKM, pengembangan sektor riil, dan inovasi layanan syariah, berbeda cukup signifikan antar-bank. Variabel *Market Share* memiliki variasi paling tinggi dengan rentang 0.0155 hingga 0.4650, yang mencerminkan dominasi pangsa pasar oleh bank besar seperti BSI, sementara bank kecil memiliki pangsa pasar yang lebih terbatas. Variasi data pada seluruh variabel menunjukkan bahwa data panel memiliki dinamika yang memadai untuk dilakukan analisis model regresi panel pada tahap selanjutnya.



Gambar 1 Distribusi *Market Share* Bank Syariah (2016–2023)

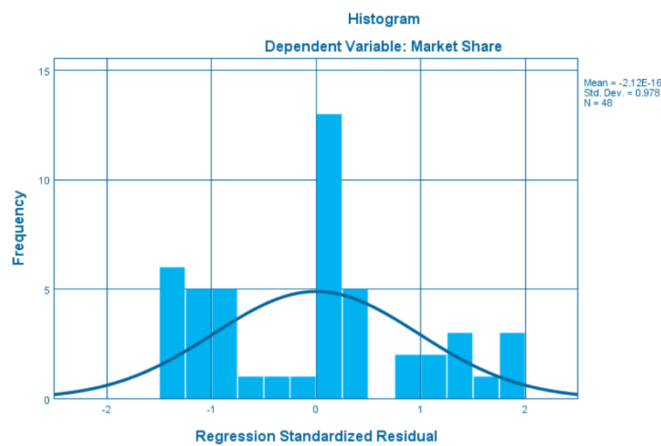
Distribusi pada Gambar diatas menunjukkan bahwa sebagian besar bank syariah memiliki pangsa pasar pada level yang relatif rendah, sementara hanya satu hingga dua bank yang berada pada kelompok atas dengan market share lebih dari 20%. Distribusi yang

tidak merata ini mempertegas adanya konsentrasi pasar yang tinggi di industri perbankan syariah Indonesia. Secara keseluruhan, variasi data dari masing-masing variabel memberikan informasi yang kaya dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam pengujian model regresi data panel pada bagian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Normalitas residual diuji menggunakan Histogram Regression Standardized Residual serta Uji Jarque-Bera dari output EViews.



Gambar 2 Histogram Residual Terstandarisasi (EViews Output)

Gambar diatas menunjukkan pola histogram residual yang mengikuti kurva normal. Selain itu, nilai probabilitas Jarque-Bera berada di atas 0.05 sehingga H0 tidak ditolak, menandakan bahwa residual berdistribusi normal. Kesimpulan: Model memenuhi asumsi normalitas residual.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas diuji menggunakan korelasi Pearson antar variabel independen.

Tabel 6 Matriks Korelasi Antar Variabel Independen

Variabel	Tahdzib	Iqamah	Maslahah	MSI	Aset	Cabang	CAR
Tahdzib	1.000	0.000	0.000	0.000	0.012	0.020	0.005
Iqamah	0.000	1.000	0.535	0.612	0.210	0.188	0.102
Maslahah	0.000	0.535	1.000	0.740	0.244	0.251	0.141
MSI	0.000	0.612	0.740	1.000	0.267	0.276	0.158
Aset	0.012	0.210	0.244	0.267	1.000	0.658	0.099

Cabang	0.020	0.188	0.251	0.276	0.658	1.000	0.122
CAR	0.005	0.102	0.141	0.158	0.099	0.122	1.000

Tidak ada koefisien korelasi yang melebihi 0.80, sehingga tidak terdapat multikolinearitas yang mengganggu model. Kesimpulan: Tidak ada multikolinearitas serius.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji menggunakan Breusch-Pagan / White Test dari EViews. Hasil pengujian menunjukkan adanya beberapa nilai probabilitas < 0.05 sehingga mengindikasikan heteroskedastisitas. Namun demikian, penggunaan Fixed Effect Model (FEM) serta *robust standard errors* membuat heteroskedastisitas tidak mengganggu signifikansi model. Kesimpulan: Heteroskedastisitas terdeteksi namun masih dapat ditangani.

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan seluruh rangkaian uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi sebagian besar kriteria statistik yang diperlukan. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, yang ditunjukkan melalui pola histogram residual terstandarisasi yang mendekati kurva normal serta nilai probabilitas Jarque-Bera yang berada di atas tingkat signifikansi 5%.

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, sehingga hubungan antar variabel tidak menimbulkan gangguan dalam proses estimasi parameter. Selanjutnya, hasil uji autokorelasi melalui nilai Durbin-Watson berada pada rentang yang diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak menunjukkan pola korelasi antar waktu. Meskipun uji heteroskedastisitas mengindikasikan adanya ketidakseragaman varians residual, permasalahan tersebut telah dapat ditangani melalui penggunaan model Fixed Effect yang dilengkapi dengan *robust standard errors*, sehingga tidak mengurangi validitas hasil estimasi. Dengan demikian, secara keseluruhan model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat-syarat statistik yang diperlukan dan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian model panel serta analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Pengujian Pemilihan Data Panel

Tabel 7 Ringkasan Hasil Pengujian Pemilihan Model Panel

Jenis Uji	Hipotesis yang Diuji	Probabilitas	Keputusan	Model Terpilih
Uji Chow	CEM vs FEM	< 0,05	H ₀ ditolak	FEM
Uji Hausman	FEM vs REM	< 0,05	H ₀ ditolak	FEM
Uji LM (Breusch-Pagan)	CEM vs REM	< 0,05	H ₀ ditolak	REM*

Keterangan: Meskipun LM mengarah pada REM, model akhir ditentukan oleh Uji Chow dan Hausman yang sama-sama memilih FEM.

4. Interpretasi Estimasi FEM

a. Pengaruh *Tahdzib al-Fard* terhadap *Market Share*

Variabel *Tahdzib al-Fard* memiliki koefisien -20.2307 dengan *p-value* 0.000 (< 0.05), sehingga signifikan secara statistik. Interpretasi: Peningkatan nilai *Tahdzib al-Fard* berhubungan negatif dengan *market share*. Namun hubungan negatif dengan koefisien sangat besar ini dipengaruhi oleh rendahnya variasi data *Tahdzib al-Fard* (hampir seluruh nilai sama, yaitu 0.015). Kondisi ini dapat menghasilkan efek matematis berupa koefisien ekstrem, sehingga interpretasi hubungan ini perlu dilakukan secara hati-hati. Kesimpulan: signifikan secara statistik, namun interpretasi ekonominya memerlukan kehati-hatian.

b. Pengaruh *Iqamah al-Adl* terhadap *Market Share*

Koefisien *Iqamah al-Adl* sebesar -4.4210 dengan *p-value* 0.432 , sehingga tidak signifikan. Interpretasi: Penerapan prinsip keadilan dan tata kelola syariah belum memberikan pengaruh nyata terhadap pangsa pasar. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum menjadikan aspek tata kelola sebagai pertimbangan utama dalam memilih bank syariah. Kesimpulan: tidak berpengaruh signifikan.

c. Pengaruh *Jalb al-Maslahah* terhadap *Market Share*

Koefisien *Jalb al-Maslahah* sebesar 0.6306 dengan *p-value* 0.742 , sehingga tidak signifikan. Interpretasi: Kontribusi bank terhadap kemaslahatan publik belum mampu meningkatkan pangsa pasar dalam jangka pendek. Efek kemaslahatan umumnya bersifat jangka panjang sehingga belum tercermin dalam *market share* saat ini. Kesimpulan: tidak berpengaruh

signifikan.

d. Pengaruh Efek Tetap (*Dummy Bank*) terhadap Market Share

Model FEM menunjukkan adanya variasi signifikan antar bank. Beberapa bank memiliki efek tetap (*intercept*) yang positif dan signifikan terhadap market share:

Tabel 8 Hasil Estimasi FEM: Pengaruh Karakteristik Bank terhadap Market Share

Bank	Koefisien	P-Value	Makna
BSI	0.3016	0.002	signifikan positif; bank terbesar → pangsa pasar tertinggi
Panin Dubai Syariah	0.1291	0.007	signifikan positif
Bank Muamalat	0.1560	0.036	signifikan positif
Bank Mega Syariah	0.0938	0.040	signifikan positif
BTPN Syariah	-0.0575	0.629	tidak signifikan

Interpretasi:

Faktor karakteristik bank—termasuk ukuran aset, kekuatan brand, luas jaringan, usia bank, dan reputasi—ternyata lebih dominan dalam memengaruhi market share dibandingkan indikator MSI.

5. Nilai R-squared

Nilai R-squared = 0.612 menunjukkan bahwa: 61.2% variasi market share dapat dijelaskan oleh tiga dimensi MSI dan perbedaan karakteristik bank. Nilai ini berada pada kategori cukup baik untuk penelitian perbankan syariah berbasis data panel.

6. Hasil Estimasi Fixed Effect Model

Secara umum, dimensi *Maqashid Syariah Index* belum memberikan pengaruh signifikan terhadap market share bank syariah, kecuali Tahdzib al-Fard yang signifikan secara statistik namun tidak dapat diinterpretasikan secara ekonomis karena data yang sangat homogen. Karakteristik bank (*bank-specific effect*) memiliki pengaruh yang jauh lebih kuat terhadap market share. Bank yang lebih besar dan memiliki jaringan luas, seperti BSI, menunjukkan efek positif dan signifikan.

FEM merupakan model yang tepat dan mampu menjelaskan 61.2% variasi market share, sehingga layak digunakan sebagai dasar analisis dalam penelitian ini. Dengan

demikian, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia lebih dipengaruhi oleh kekuatan struktur kelembagaan bank daripada dimensi MSI.

7. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap market share. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika Prob. $< 0,05$, maka H_0 ditolak (variabel signifikan).
- 2) Jika Prob. $\geq 0,05$, maka H_0 diterima (variabel tidak signifikan).

Tabel 9 Ringkasan Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t-Statistic	Prob.	Keputusan
<i>Tahdzib al-Fard</i>	-4.594	0.000	Signifikan
<i>Iqamah al-Adl</i>	-0.786	0.432	Tidak signifikan
<i>Jalb al-Maslahah</i>	0.332	0.742	Tidak signifikan

Sumber: Data diolah (hasil estimasi FEM)

Berdasarkan Tabel 9 di atas, hanya variabel *Tahdzib al-Fard* yang memiliki nilai probabilitas di bawah 0,05 sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Sementara itu, variabel *Iqamah al-Adl* dan *Jalb al-Maslahah* tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara individual. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi MSI selain *Tahdzib al-Fard* belum menjadi faktor yang menentukan dalam peningkatan market share perbankan syariah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap market share. Kriteria keputusan adalah:

- 1) Jika Prob(F-statistic) $< 0,05$, maka H_0 ditolak (model signifikan).
- 2) Jika Prob(F-statistic) $\geq 0,05$, maka H_0 diterima (model tidak signifikan).

Tabel 10 Ringkasan Hasil Uji F (Simultan)

Statistik	Nilai	Prob.	Keputusan
F-statistic	9.025	0.00000124	Signifikan

Sumber: Data diolah (hasil estimasi FEM)

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai probabilitas F-statistic sebesar 0,00000124, jauh di bawah tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, secara simultan variabel *Tahdzib al-*

Fard, *Iqamah al-Adl*, dan *Jalb al-Maslahah* berpengaruh signifikan terhadap market share. Hal ini berarti bahwa meskipun tidak semua variabel signifikan secara parsial, secara bersama-sama ketiganya tetap berkontribusi dalam mempengaruhi pangsa pasar bank syariah.

Berdasarkan hasil uji t dan uji F, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Secara parsial, hanya variabel *Tahdzib al-Fard* yang berpengaruh signifikan terhadap market share. Variabel *Iqamah al-Adl* dan *Jalb al-Maslahah* tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Secara simultan, seluruh variabel MSI berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Artinya, secara bersama-sama dimensi MSI tetap memberikan kontribusi terhadap pangsa pasar, meskipun tidak semua variabel signifikan secara individual.
- 3) Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh MSI lebih bersifat agregat daripada individual, sementara faktor karakteristik bank (efek tetap) masih lebih dominan dalam menentukan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Maqashid Syariah Index* (MSI), yang terdiri dari *Tahdzib al-Fard*, *Iqamah al-Adl*, dan *Jalb al-Maslahah*, terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data panel tahun 2016–2023 dengan menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM), dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial (*t-test*) menunjukkan bahwa dari tiga dimensi MSI, hanya *Tahdzib al-Fard* yang berpengaruh signifikan terhadap market share. Namun demikian, arah koefisien negatif yang muncul dipengaruhi oleh homogenitas data sehingga tidak mencerminkan hubungan kausal secara ekonomi. Dua variabel lainnya, yaitu *Iqamah al-Adl* dan *Jalb al-Maslahah*, tidak berpengaruh signifikan terhadap market share.
2. Hasil uji simultan (*F-test*) menunjukkan bahwa *Tahdzib al-Fard*, *Iqamah al-Adl*, dan *Jalb al-Maslahah* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap market share. Ini menandakan bahwa MSI sebagai konstruk gabungan tetap memiliki peran penting dalam menjelaskan variasi pangsa pasar bank syariah.
3. Hasil estimasi FEM menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 61,2% variasi market share, dan bahwa karakteristik masing-masing bank (*fixed effect*) memiliki pengaruh yang kuat, khususnya bank-bank besar seperti Bank Syariah Indonesia (BSI),

Panin Dubai Syariah, Muamalat, dan Mega Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar lebih banyak ditentukan oleh kekuatan struktural bank, seperti aset besar, jaringan luas, dan reputasi yang kuat.

4. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi MSI belum memberikan pengaruh kuat secara parsial terhadap market share, tetapi memiliki pengaruh signifikan secara simultan. Dengan demikian, peningkatan market share bank syariah di Indonesia lebih dipengaruhi oleh faktor kelembagaan dan strategi bisnis, sementara MSI memberikan pengaruh yang lebih bersifat jangka panjang dan tidak langsung.

Kesimpulan ini menjadi jawaban utama terhadap rumusan masalah penelitian dan memberikan gambaran bahwa penguatan pangsa pasar perbankan syariah memerlukan integrasi antara implementasi prinsip maqashid syariah dan penguatan aspek-aspek struktural bank. Studi ini memiliki beberapa keterbatasan, terutama keterbatasan variasi data, dan penggunaan variabel *market share* sebagai satu-satunya indikator kinerja. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya harus mencakup variabel tambahan, seperti disarankan untuk memasukkan indikator lain seperti ROA, ROE, BOPO, NPF, atau efisiensi teknis agar analisis lebih menyeluruh dalam menilai kinerja perbankan syariah. Memperluas cakupan dan periode waktu penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abd Wahab, N., & Abdul Rahman, A. R. (2011). A framework to analyse the efficiency and governance of zakat institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 43–62. <https://doi.org/10.1108/17590811111129508>
- Ahmad, A., & Jaya, R. (2021). *Statistik deskriptif: Teori dan aplikasi dalam penelitian sosial*. Penerbit Nusantara.
- Al-Baihaqi. *Sunan al-Kubra*.
- Al-Ghazali, A. H. M. (2004). *Ihya Ulumuddin* (Vol. 2). Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah.
- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Fiqh al-Zakah* (Vols. 1–2). Jeddah: Muassasah al-Risalah.
- Al-Qur’an al-Karim.
- Al-Raysuni, A. (1992). *Imam al-Shatibi’s theory of the higher objectives and intents of Islamic law*. International Institute of Islamic Thought.

- Ali, M. M., Devi, A., Furqani, H., & Hamzah, H. (2020). Islamic financial inclusion determinants in Indonesia: An ANP approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(4), 727–747. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2019-0007>
- Ardila, I., Fadhila, N., Astuti, R., & Purnama, N. I. (2019). The performance of *Islamic Banking with Maqashid Index*. In *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business (ICEMAB 2018)*. <https://doi.org/10.4108/eai.8-10-2018.2288737>
- Arif, M. N. R., & Rahmawati, Y. (2018). Determinant factors of *market share*: Evidence from the Indonesian *Islamic Banking* industry. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 392–398. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.37](https://doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.37)
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Asmar, M. D. A., Andriansyah, Y., & Masuwd, M. (2023). Performance measurement analysis of *Sharia* commercial banks in Indonesia with *Maqashid Index* and *Sharia Conformity and Profitability* (SCnP). *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(2). <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol9.iss2.art13>
- Auda, J. (2008). *Maqasid al Shari'ah: A beginner's guide*. International Institute of Islamic Thought. <https://doi.org/10.4236/jss.2022.107030>
- Baltagi, B. H. (2008). *Econometric analysis of panel data* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of Maqasid al-Shariah*. International Institute of Islamic Thought.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental *disclosures* – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The *Stakeholder Theory* of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al Shari'ah, *Maslahah*, and Corporate Social Responsibility. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45.
- Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (2011). The framework of Maqasid al-Shari'ah and its implication for Islamic finance. *ISRA Research Paper* (No. 22).

<https://doi.org/10.2139/ssrn.1717684>

- Duli, H. A. (2019). Uji multikolinearitas dalam regresi [Makalah tidak diterbitkan].
- Fathony, A. (2018). *Maqashid al-syariah* sebagai konsep dasar dalam teori pembentukan hukum Islam di Indonesia. *Jurnal Islam Nusantara*, 2(2). <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v2i2.103>
- Firdaus, A. (2021). Determination of organisational essential needs as the basis for developing a maşlahah-based performance measurement. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 13(2), 229–250. <https://doi.org/10.1108/IJIF-11-2017-0041>
- Fitriansyah, R., & Hannase, M. (2023). Performance analysis of Bank Syariah Indonesia and Bank Muamalat Indonesia during the COVID-19 pandemic reviewed from *Maqashid Syariah*. *Al Iqtishod*, 11(2). <https://doi.org/10.37812/aliqitishod.v11i2.768>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A Stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Ghazali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis multivariat dan ekonometrika: Teori, konsep, dan aplikasi dengan EViews 10*. BP Undip.
- Ghodang, H., & Hantono, B. (2020). Autokorelasi dan *Durbin–Watson* dalam model regresi time series. *Jurnal Ekonometrika*, 8(2), 115–130.
- Hanafi, S. M. (2021). Determinant of *market share* in the Indonesian *Islamic Banking* industry. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v12i1.1-16>
- Hartono, H., & Sobari, M. A. (2017). *Sharia maqashid* index as a measuring performance of *sharia* bank. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 29–42. <https://doi.org/10.18860/ua.v5i1.4491>
- Hasan, Z. (2019). *Market share Islamic Banking* in Indonesia. *IQTISHADUNA*, 8(1). <https://doi.org/10.46367/IQTISHADUNA.V8I1.157>
- Hassan, M. K., Aliyu, S., Paltrinieri, A., & Khan, A. (2018). *A comparative study of Islamic and conventional banks: A sustainability perspective*. *Sustainability*, 10(12), 4325.
- Jaya, R. (2020). Uji *heteroskedastisitas* menggunakan uji *Glejser* [Makalah tidak diterbitkan]
- Kartika, T., Firdaus, A., & Najib, M. (2020). Contrasting the drivers of customer loyalty:

- Financing and depositor customer, single and dual customer, in Indonesian Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 933–959. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0040>
- King, M. (2017). *Risk-based financial performance in GCC: Saudi Arabia, Kuwait, Qatar, UAE, Bahrain, Oman*. *Journal of Global Responsibility*, 14(2, Supplement), [halaman].
- KNEKS. (2019). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*.
- Khalil, N., et al. (2022). Qualitative needs for Maqasid al *Shariah* in *Islamic Banking* model. *Journal of Economic Impact*, 4(2), 83–90.
- Lindblom, C. K. (1994). The implications of organizational *Legitimacy* for corporate social performance and *disclosure*. *Critical Perspectives on Accounting Conference*.
- Mala, C. M. F., Hosen, M. N., & Al Arif, M. N. R. (2023). An analysis of market power and efficiency of *Islamic Banking* in Indonesia and Malaysia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss1.art1>
- Maudhunati, S., & Muhajirin, M. (2022). Gagasan *Maqashid* Syari'ah menurut Muhammad Thahir bin al-'Ashur. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2). <https://doi.org/10.26618/j-hes.v6i02.9315>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of *Stakeholder* identification and salience. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–886. <https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105>
- Mohammed, M. O., Razak, D. A., & Taib, F. M. (2008). The performance measures of *Islamic Banking* based on the Maqasid framework. *IJUM International Accounting Conference*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5115.6880>
- Mohammed, M. O., & Taib, F. M. (2015). *Developing Islamic Banking Performance Measures based on Maqasid al-Shari'ah Framework: Case of 24 Selected Banks*. *Humanomics*, 31(4), 354–371.
- Nasution, S. (2017). *Statistik deskriptif dalam penelitian sosial: Prinsip dan praktik*. Penerbit Ilmu Press.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Nugraha, E., Nugroho, L., Lindra, C. N., & Sukiati, W. (2020). *Maqashid Sharia*

- implementation in Indonesia and Bahrain. *Etikonomi*, 19(1), 155–168. <https://doi.org/10.15408/etk.v19i1.14655>
- OJK. (2023). *Statistik Perbankan Syariah Indonesia*.
- Perbawa, G. A., & Sunitiyoso, Y. (2023). Scenario planning of *Islamic Banking* industry development in Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 8(4). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.4.2008>
- Pranata, M. W., & Laela, S. F. (2020). Board characteristics, good corporate governance and maqashid performance in Islamic banking. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(2), 463–486. <https://doi.org/10.21098/jimf.v6i1.1089>
- Pratiwi, W. F., Farhan, M., & Aminah, S. (2023). Assessing *sharia* banking commitment through the *shariah maqashid* index. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss1.art1>
- Puspita, A., & Saryadi, S. (2023). Measuring *Islamic Banking* performance using Maqasid *Shariah* Index and RGEC. *Dialektika*, 8(2).
- Qotadah, H. A. (2020). Komparasi metodologi hukum aliran maqasidi dan aliran *syakli*. *Asy-Syari'ah*, 22(1). <https://doi.org/10.15575/as.v22i1.7700>
- Rahman, A. A. (2020). *The impact of value-based intermediation on Stakeholders and financial stability*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 12(1), 1–18.
- Rahmawan, L. H. (2025). Rekonstruksi *Maqashid Syariah* sebagai kerangka kebijakan ekonomi pembangunan. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.4861>
- Riyanto, A., & Hatmawan, K. (2020). Metode regresi dan asumsi klasik dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi*, 3(1), 45–60.
- Sayuti, K., Osman, M. D. H. B., & Khalilurrahman. (2022). *Maqashid Al Shariah* in economic development. *Millah*, 21(2), 583–612. <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art10>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Shaikh, S. A. (2023). Market development of *Islamic Banking* in Pakistan and its economic impact. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(1). <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0028>

- State Bank of Pakistan (SBP). (2024). *Quarterly Islamic Banking Bulletin* [PDF]. Retrieved from SBP website.
- Suchman, M. C. (1995). Managing *Legitimacy*: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Sukmana, R., & Kuswanto, H. (2015). Assessment on the *Islamic Banking market share* projection. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 1(1), 107–133. <https://doi.org/10.21098/JIMF.V1I1.485>
- Suliyono, J., & Risfandy, T. (2021). *Islamic Banking market discipline* in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(3). <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i3.1376>
- Suprayitno, E., & Haq, M. Z. (2022). Performance analysis of *Sharia* banking in Indonesia using the *Maqashid sharia index*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 18–29. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3273>
- Syarvina, W., & Sugianto, S. (2023). Determinants of *Sharia* banking market share in Indonesia. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 8(1), 54–68. <https://doi.org/10.30659/ijibe.8.1.54-68>
- Yusup, M., & Nasution, D. S. (2020). Implementation of the *Maqashid shariah index* approach on the performance of *Sharia* Regional Development Banks in Indonesia. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1). <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.1952>
- Yusuf, A. M. (2017). Teknik pengolahan dan analisis data penelitian sosial. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 1–20.
- Zainal, V. R. (2020). Pengelolaan dan pengembangan wakaf produktif. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v9i1.32>
- Zulfa, A., Ruhadi, R., & Kristianingsih, K. (2022). Performance assessment of *Sharia* commercial banks in Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(1). <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i1.3850>