

XPRESS

Raih Gelar Doktor, Edi Suandi Hasilkan Empat Publikasi Ilmiah

Linda Sari - BUKITTINGGI.XPRESS.CO.ID

Aug 25, 2022 - 21:39



Edi Suandi berhasil meraih gelar doktor dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas

Padang -- Akademisi ekonomi dan keuangan Islam Sumatera Barat Edi Suandi berhasil meraih gelar doktor dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, Kamis (25/8/2022). Selain disertasinya yang berjudul pengaruh peran etika pemasaran Islam, pemasaran kewirausahaan dan pemasaran konvergensi

terhadap keunggulan bersaing dan dampaknya bagi kinerja bank syariah di Indonesia dengan moderasi kepemimpinan yang waspada dan literasi digital organisasional. Kajian ekonomi dan keuangan syariah diberi nilai sangat memuaskan, putra Pesisir Selatan itu juga menghasilkan empat publikasi ilmiahnya.

Beranjak dari ke prihatinan Edi Suandi terhadap fenomena Bank syariah di Indonesia teridentifikasi bermain aman dengan mengutamakan akad mudharabah (jual beli) atau bermain di sector ritel ketimbang akad-akad lain yang dapat dikelolanya seperti perbankan syariah di Malaysia dan Timur Tengah yang bermain di sektor investasi.

Dalam menyusun disertasi ini Edi Suandi di bimbing oleh promotor Prof. Dr. Herri, SE, M.BA dan Co Promotor Dr. Yuliharsi, SE, M.BA dan Dr. Syafrizal, SE, ME.

Edi Suandi mengatakan setelah lebih kurang 20 tahun beroperasi, berbagai ukuran penilaian kinerja industri perbankan seperti CAR, ROA, BOPO, LDR, NIM, NPL, bank syariah selalu lebih rendah dibawah bank konvensional (Kementerian PPN/Bappenas, 2018).

"Selama itu pula, pangsa pasar bank syariah tidak bergeser dari kisaran 9 % walaupun telah dilakukan berbagai kebijakan yang suportif dari Pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga Bank (riba), tapi paktanya masih rendahnya keunggulan bersaing bank syariah dalam menguasai pasar Indonesia yang mayoritas menganut agama Islam, jelasnya.

Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah Padang mengatakan sejauh ini strategi-strategi pemasaran yang tepat dari sektor ini masih sedikit sekali dieksplorasi.

Akademisi yang dipercaya sebagai ketua Harian Lembaga Koordinasi Kesejahteraan Sosial Provinsi Sumatera Barat oleh Gubernur Sumbar ini memaparkan penerapan strategi yang tepat kesuksesan perbankan syariah, diantaranya menjadikan etika pemasaran Islam, pemasaran kewirausahaan, dan pemasaran konvergensi adalah strategi-strategi yang berpotensi membantu pengembangan keunggulan bersaing dan kesuksesan perbankan syariah.

Dihadapan para penguji, Edi Suandi mengatakan penelitian ini bertujuan menguji sebuah kerangka hubungan antara strategi, keunggulan bersaing, dan kinerja perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini diarahkan pada 204 cabang dari 10 bank syariah yang tersebar di 21 provinsi di bagian barat Indonesia.

"Hipotesis diuji menggunakan analisis model struktural dengan pendekatan partial least square (PLS). Hasil menunjukkan kalau etika pemasaran Islam dan pemasaran konvergensi berpengaruh signifikan pada pada keunggulan bersaing tetapi tidak berpengaruh signifikan pada kinerja bank syariah, sementara pemasaran kewirausahaan berpengaruh signifikan baik pada keunggulan bersaing maupun pada kinerja, paparnya.

Lebi lanjut dia menjelaskan bahwa keunggulan bersaing memediasi pengaruh variabel-variabel strategi terhadap kinerja. Diantara variabel kontrol, hanya

kepemilikan pemerintah yang berpengaruh signifikan pada kinerja. Kepemimpinan yang waspada tidak memoderasi hubungan pemasaran kewirausahaan dengan kinerja, begitu pula literasi digital organisasi, tidak memoderasi hubungan pemasaran konvergensi dengan kinerja bank.

"Pengembangan etika pemasaran Islam, pemasaran kewirausahaan, dan pemasaran konvergensi akan berkontribusi pada keunggulan bersaing dan kinerja bank syariah, yang menjadi kunci bagi pertumbuhan perbankan syariah yang sukses di masa depan," imbunya lagi.

Dan hebatnya Selama menyelesaikan S3 nya Edi Mampu menghasilkan 4 (empat) publikasi ilmiah, 2 (dua) di Jurnal Internasional terindex Scopus Q2 dan 2 (dua) di Jurnal Nasional terindex Sinta 3. Adapun judul publikasi ilmiah nya adalah, pertama, An empirical investigation of Islamic marketing ethics and convergence marketing as key factors in the improv. (**)