

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory

2.1.1 *Market share*

Market share (Pangsa Pasar) adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama. (Gunara, 2007). Secara sederhana, *Market share* (pangsa pasar) merupakan persentase dari luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan. *Market share* dalam praktik bisnis merupakan acuan, karena perusahaan dengan nilai pangsa pasar yang lebih baik akan menikmati keuntungan dan penjualan produk dengan lebih baik pula ketimbang pesaingnya. Perusahaan yang menaikkan pangsa pasar (*Market share*) mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Perusahaan yang meningkatkan kualitas produk mereka relatif terhadap pesaing menikmati kenaikan pangsa pasar yang lebih besar dari pada mereka yang tingkat kualitasnya tetap atau menurun.
2. Perusahaan yang meningkatkan pengeluaran pemasaran lebih cepat dari tingkat pertumbuhan pasar umumnya mencapai kenaikan pangsa pasar. Kenaikan pengeluaran wiraniaga efektif dan menghasilkan kenaikan pangsa pasar terutama untuk perusahaan barang konsumsi. Peningkatan pengeluaran iklan menghasilkan kenaikan pangsa pasar terutama untuk perusahaan barang konsumsi. Peningkatan pengeluaran promosi penjualan efektif dalam menghasilkan kenaikan pangsa pasar untuk semua jenis perusahaan.

3. Perusahaan yang memotong harga mereka jauh lebih besar dari para pesaing tidak mencapai kenaikan pangsa pasar yang berarti. Kemungkinan, banyak pesaing yang memotong harganya sebagian, dan yang lain menawarkan nilai lain kepada pembeli, sehingga pembeli tidak banyak beralih ke pemotongan harga.
4. Kebijakan pemasaran harus dapat menentukan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan oleh perusahaan di dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang-peluang yang ada pada beberapa pasar sebagai sasaran penjualan. Kebijakan pemasaran merupakan rencana yang menyalurkan, terpadu dan menyatu dalam bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan. (Kotler, 2008).

Secara umum, *Market share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus: (Purboastuti dkk, 2015).

$$\text{Market share} = \frac{\text{jumlah penjualan / unit perusahaan}}{\text{jumlah penjualan / unit industri}}$$

Derajat kekuatan *Market share* umumnya akan muncul ketika nilai *Market share* suatu perusahaan sudah mencapai 15%. Pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu 25-50% dapat dikatakan perusahaan memiliki market power yang sangat besar, dan berpotensi terjadinya monopoli. Sebaliknya apabila *Market share* suatu perusahaan nilainya kecil akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu bersaing dalam industri.

2.1.2 Market share Perbankan Syariah

Market share perbankan syariah artinya presentase dari luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh perbankan syariah dari total pasar industri perbankan nasional. Dengan demikian, *Market share* perbankan syariah di Indonesia dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Market share} = \frac{\text{total asset perbankan syariah}}{\text{total asset perbankan nasional}} \times 100\%$$

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan pangsa pasar (*Market share*) perbankan syariah menjadi 4,86% hingga Juli 2016. Posisi ini naik jika dibandingkan dengan tahun lalu di periode yang sama yakni sebesar 4,46%. Peningkatan dari 4,46% menjadi 4,68% memerlukan waktu hingga satu tahun (dari Juli 2015 hingga Juli 2016), yang artinya masih ada yang membuat pertumbuhan *Market share* perbankan syariah di Indonesia terhambat.

2.2 Bank Syariah

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. (Ismail, 2011).

Menurut pasal 5 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, bank terbagi menjadi beberapa jenis, yakni:

1. Bank Umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan).
2. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu (pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan).

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus

tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam. (Ismail, 2011).

2.2.1 Tujuan Bank Syariah

Sebagai implementasi dari fungsi dasar bank yakni menjembatani pihak yang kelebihan dana dengan yang membutuhkan dana, tujuan bank syariah dapat dijabarkan dalam 6 poin tujuan utama, yakni:

1. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), dimana jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
2. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar, terutama kelompok miskin yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
4. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol kebersamaannya dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja, dan program pengembangan usaha bersama.

5. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antar lembaga keuangan.
6. Menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank nonsyariah. Manfaat ini sebenarnya sangatlah penting jika melihat sejarah perbankan di Indonesia yang dikuasai oleh perbankan konvensional. Sebuah hal yang miris mengingat umat Islam yang sudah jelas diatur dan hal muamalat tetapi masih menggunakan bank konvensional. (Sudarsono, 2008)

2.2.2 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

1. Investasi

Bank syariah dalam menyalurkan dananya sangat selektif, dan hanya boleh menyalurkan dananya dalam investasi halal. Perusahaan yang melakukan kerja sama usaha dengan bank syariah haruslah perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang halal. Sebaliknya, bank konvensional tidak mempertimbangkan jenis investasinya, akan tetapi untuk perusahaan yang menguntungkan, meskipun tidak halal.

2. Return

Return yang dibayar dan/atau diterima oleh bank syariah berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan dalam bank konvensional, return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana, maupun return yang diterima dari nasabah pengguna dana ditetapkan berupa bunga.

3. Perjanjian

Perjanjian yang dibuat antara bank syariah dan nasabah investor maupun pengguna dana sesuai dengan kesepakatan berdasarkan prinsip syariah. Sebaliknya, perjanjian yang dilaksanakan oleh bank konvensional dan nasabah menggunakan dasar hukum positif.

4. Orientasi

Orientasi bank syariah dalam memberikan pembiayaannya adalah *falah oriented*, tidak hanya berdasarkan keuntungan yang diperoleh atas pembiayaan yang diberikan, tetapi juga mempertimbangkan pada kemakmuran masyarakat. Sedangkan bank konvensional akan memberikan kredit kepada nasabah hanya bila usaha nasabah menguntungkan.

5. Hubungan bank dengan nasabah

Hubungan bank syariah dengan nasabah pengguna dana merupakan hubungan kemitraan dimana bank bukan bertindak sebagai kreditor, melainkan mitra kerja dalam usaha bersama dengan nasabah. Keduanya memiliki kedudukan yang sama. Sedangkan dalam bank konvensional, bank bertindak sebagai kreditor dan nasabah sebagai debitor.

6. Dewan pengawas

Dewan pengawas bank syariah meliputi beberapa pihak, yakni Komisaris, Bank Indonesia, Bapepam (untuk bank syariah yang telah *go public*) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Untuk bank konvensional, tidak ada Dewan Pengawas Syariah (DPS).

7. Penyelesaian sengketa

Dalam bank syariah, sengketa diselesaikan dengan musyawarah. Jika belum dapat menyelesaikan masalah, maka dilanjutkan ke peradilan agama. Sedangkan untuk bank konvensional, sengketa diselesaikan melalui pengadilan negeri setempat. (Ismail, 2011).

2.3 Kinerja Keuangan Bank Syariah

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu (Fahmi dalam Setiawan, 2016).

1. *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Capital Adequacy Ratio (CAR) merupakan rasio yang memperlihatkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) untuk dibiayai dari dana modal bank sendiri, di samping memperoleh danadana dari sumber-sumber di luar, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang), dan lain-lain. (Dendawijaya, 2005).

Dengan demikian rasio CAR dapat memperhitungkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung resiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank di samping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank, seperti masyarakat, pinjaman (utang), dan lain–lain.

$$CAR = \frac{\text{modal bank}}{ATMR} \times 100\%$$

Tabel 2.1 Kriteria CAR

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	CAR >12%
2	Sehat	9% - 12%
3	Cukup Sehat	8% - 9%
4	Kurang Sehat	6% - 8 %
5	Tidak Sehat	< 6%

2. Return On Assets (ROA)

Return on Assets adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk menandai aset tersebut (Hanafi,2007)

ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas bank karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar dari dana simpanan masyarakat. Apabila profitabilitas suatu bank tersebut memiliki peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan mempercayakan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya. Oleh karena itu semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik kinerja dan posisi *Market share* bank tersebut. (Saputra, 2014). Return on Assets (ROA) dapat diukur dengan perbandingan antara laba sebelum pajak terhadap total aset.

$$ROA = \frac{\text{laba sebelum pajak}}{\text{total asset}} \times 100\%$$

Tabel 2.2 Kriteria ROA

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	ROA >1,5%
2	Sehat	1,25% - 1,5%
3	Cukup Sehat	0,5% - 1,25%
4	Kurang Sehat	0% - 0,5 %
5	Tidak Sehat	< 0%

3. *Non Performing Financing* (NPF)

Pembiayaan bermasalah berarti pembiayaan yang dalam pelaksanaannya belum mencapai atau memenuhi target yang diinginkan pihak bank seperti: pengembalian pokok atau bagi hasil yang bermasalah, pembiayaan yang memiliki kemungkinan timbulnya resiko di kemudian hari bagi bank, pembiayaan yang termasuk golongan perhatian khusus, diragukan dan macet serta golongan lancar yang berpotensi terjadi penunggakan dalam pengembalian. NPF dalam perbankan syariah adalah jumlah kredit yang tergolong lancar yaitu dengan kualitas kurang lancar, diragukan dan macet berdasarkan ketentuan Bank Indonesia tentang kualitas aktiva produktif.

$$NPF = \frac{\text{pembiayaan non lancar}}{\text{total pembiayaan}} \times 100\%$$

Tabel 2.3 Kriteria NPF

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	NPF < 2%
2	Sehat	< 5%
3	Cukup Sehat	< 8%
4	Kurang Sehat	< 12%
5	Tidak Sehat	> 12%

3. *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

Financing to Deposit Ratio (FDR) adalah perbandingan antara pembiayaan yang diberikan oleh bank dengan dana pihak ketiga yang berhasil dikerahkan oleh bank (Muhammad, 2005)

Secara sederhana, Financing to Deposit Ratio adalah rasio yang menggambarkan tingkat kemampuan bank syariah dalam mengembalikan dana kepada nasabah. Financing to Deposit Ratio diartikan sebagai perbandingan antara pembiayaan yang diberikan dengan dana yang diterima bank. FDR ini menjadi salah satu rasio likuiditas bank yang berjangka waku agak panjang.

$$\text{FDR} = \frac{\text{jumlah pembiayaan disalurkan}}{\text{dana yang diterima bank}} \times 100\%$$

Tabel 2.4 Kriteria FDR

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	Sangat Sehat	FDR = 100%
2	Sehat	< 100%
3	Cukup Sehat	< 80%
4	Kurang Sehat	>100 %
5	Tidak Sehat	> 150%

2.4 Ekuivalen Rate

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank Syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil secara langsung adalah perhitungan bagi hasil. Perhitungan bagi hasil yaitu investment rate, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (profit sharing ratio). Nisbah merupakan persentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha mudharabah dan musyarakah yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor. Penerimaan Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep revenue sharing dan bagi hasil dengan menggunakan profit/loss sharing. Bagi hasil yang menggunakan revenue sharing, dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dengan profit/loss sharing dihitung berdasarkan presentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.

$$\text{Ekuivalen} = \frac{\text{pendapatan bagi hasil pembiayaan}}{\text{pembiayaan yang disalurkan}} \times 100\%$$

2.5 Penelitian Terdahulu

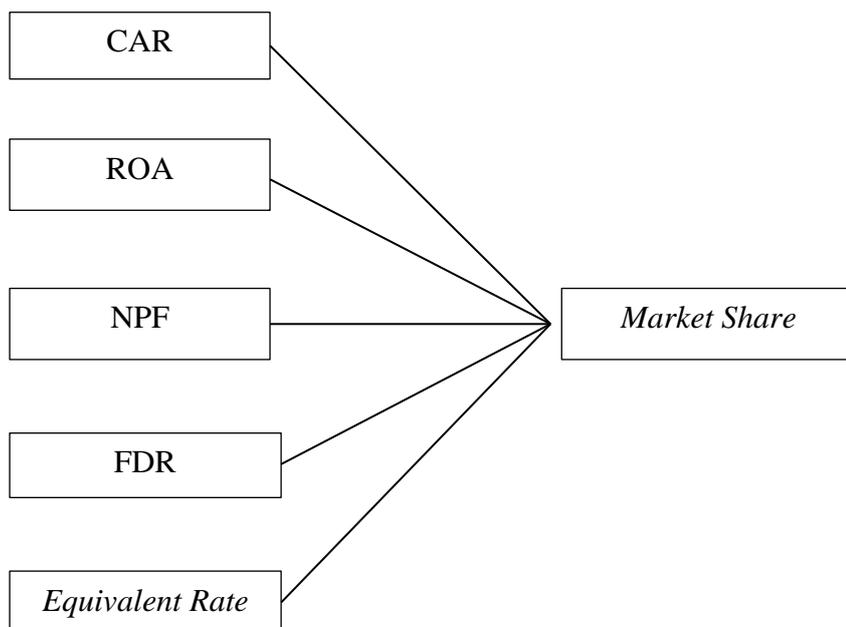
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Yang Digunakan	Hasil
1	Akhmad Sirojudin Munir (2017)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia	X1= Inflasi, X2= DPK, X3= CAR, X4 = NPF , X5= FDR, X6= BOPO, X7= Gaya Manajerial, X8= Syariah Complainece, Y= ROA	OLS	ROA dan kredit memiliki hubungan positif. Semakin besar tingkat keuntungan (ROA) yang didapat oleh bank syariah akan berpengaruh terhadap kas atau aset bank tersebut, yaitu bertambahnya total aset bank syariah, sehingga dapat menyebabkan semakin besar pula upaya manajemen menginvestasikan keuntungan tersebut dengan berbagai kegiatan yang menguntungkan manajemen, terutama dengan penyaluran pembiayaan
2	Aulia Rahman (2016)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	X1= NPF, X2= BOPO, X3= CAR,	VAR	Hasil dari penelitian ini adalah, empat

		<i>Market share</i> Bank Syariah	X4= SBIS, Y= <i>Market share</i> Bank Syariah		variabel menunjukkan bahwa ada perbedaan kinerja keuangan. Oleh karena itu, unit usaha syariah harus mempersiapkan diri sebelum klausul spin-off pada 2023.
3	Frenky Sampetua Siburian (2017)	Analisis Kinerja Keuangan Berbasis <i>Market share</i> Pada Industri Telekomunikasi Di Indonesia (Studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bei 2011-2015)	X1= Likuiditas, X2= Solvabilitas, X3= aktivitas, X4= profitabilitas, Y= <i>Market share</i>	Penelitian deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pangsa pasar (<i>Market share</i>) tidak memiliki perbedaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya bahwa pangsa pasar (<i>Market share</i>) tidak mempengaruhi kinerja keuangan Perusahaan Telekomunikasi. Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4	Bambang Saputra, 2014	Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi <i>Market share</i> Perbankan	X1= ROA, X2= CAR, X3= FDR, X4= NPF, X5= REO, Y=	multiple regressions	ROA memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap Pangsa Pasar, CAR

		Syariah Di Indonesia	<i>Market share</i>		berpengaruh signifikan positif terhadap Pangsa Pasar. FDR memiliki efek yang signifikan positif terhadap Pangsa Pasar. NPF memiliki efek negatif yang signifikan pada <i>Market share</i> . Kelima, REO memiliki efek negatif yang signifikan pada <i>Market share</i> .
--	--	----------------------	---------------------	--	--

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.7 Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hubungan antara landasan teori, refensi dari penelitian terdahulu, dan rumusan masalah maka hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menurut Bambang Saputra, 2014 melakukan penelitian tentang Faktor – faktor keuangan yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Capital Adequacy Ratio (CAR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap market share bank syariah di Indonesia
2. Menurut Bambang Saputra, 2014 melakukan penelitian tentang Faktor – faktor keuangan yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Return On Assets (ROA) memiliki pengaruh yang signifikan serta memiliki hubungan yang kuat terhadap market share bank syariah di Indonesia.
3. Menurut Bambang Saputra, 2014 melakukan penelitian tentang Faktor – faktor keuangan yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financing To Deposit Ratio (FDR) tidak memiliki pengaruh yang signifikan serta memiliki hubungan yang kuat terhadap market share bank syariah di Indonesia.
4. Menurut Bambang Saputra, 2014 melakukan penelitian tentang Faktor – faktor keuangan yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financing To Deposit Ratio (FDR) memiliki pengaruh yang signifikan serta memiliki hubungan yang kuat terhadap market share bank syariah di Indonesia.

2.8 Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara landasan teori, referensi dari penelitian terdahulu, dan rumusan masalah maka hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga CAR berpengaruh terhadap *Market share* bank syariah di Indonesia.

H2 : Diduga ROA berpengaruh terhadap *Market share* bank syariah di Indonesia

H3 : Diduga NPF berpengaruh terhadap *Market share* bank syariah di Indonesia.

H4 : Diduga FDR berpengaruh terhadap *Market share* bank syariah di Indonesia.

H5 : Diduga luivalen Rate berpengaruh terhadap *Market share* bank syariah di Indonesia