

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Net Operating Margin* (NOM)

Perusahaan yang mempunyai tujuan margin keuntungan akan selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah laba yang didapatkan yang dilihat dari efisiensi. Efisiensi dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dengan modal yang digunakan dengan cara menghitung rasio profitabilitas.

Menurut Veitzal dalam bukunya menyatakan bahwa “*Net Operating Margin* (NOM)/ *Net Interest Margin* (NIM) merupakan salah satu indikator yang diperhitungkan dalam penelitian aspek profitabilitas”.<sup>17</sup>

Menurut Darmawi dalam bukunya mengemukakan bahwa “NOM adalah selisih antara semua penerimaan bunga atas aset bank dan semua biaya bunga atas dana bank yang diperoleh”.<sup>18</sup>

Pendapat lain dikemukakan oleh Muhammad yang mengemukakan bahwa: “Rasio NOM mengindikasikan kemampuan bank dalam menghasilkan pendapatan bunga bersih dengan menempatkan aktiva produktif”.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Veitzal rivai dkk, *Comercial Bank Management dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), hal. 482.

<sup>18</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 224.

<sup>19</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2015), hal. 252.

Dari pendapat-pendapat di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa NOM adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk melihat kemampuan bank dalam memperoleh pendapatan dengan aktiva produktif.

Pendapatan bunga bersih didapat dari pendapatan bunga dikurangi dengan beban bunga. Bunga adalah balas jasa yang harus diberikan atas dasar kesepakatan dalam pinjaman yang diberikan. Dalam persoalan ini, bunga dikenakan bagi mereka yang mengambil pinjaman kredit ke bank. Tetapi biasanya manajer juga menetapkan dan memasukkan PPAT (Penghapusan Penyisihan Aktiva Produktif) sebagai kerugian kredit untuk biaya bunga.

Penghapusan Penyisihan Aktiva Produktif ini digunakan sebagai agunan untuk mengurangi risiko kegagalan pengembalian penanaman dana. Agunan ini dinilai secara wajar dan periodik oleh penilaian independen. Hal yang harus diperhatikan adalah keunikan dan keanekaragaman dari produk bank yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah. Dan untuk mewujudkan penghapusan penyisihan aktiva produktif secara hati-hati diperlukan peraturan Bank Indonesia yang mengatur tentang Penghapusan Penyisihan Aktiva Produktif.<sup>20</sup>

Sedangkan menurut Muhammad dalam bukunya Darmawi menyatakan bahwa:

Aktiva produktif merupakan penanaman dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontijensi pada transaksi rekening administratif serta sertifikat syariah Bank Indonesia.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 190.

Dari pendapat diatas, aktiva produktif adalah penanaman dana dalam bentuk rupiah maupun valuta asing serta pembiayaan.

Tetapi, bank syariah menjalankan kegiatan operasional bank tidak menggunakan sistem bunga, maka dalam penilaian rasio ini bank syariah menggunakan rasio *Net Operating Margin* (NOM) sebagai ganti *Net Interest Margin* (NIM).

Menurut Veitzal mengemukakan bahwa “NOM merupakan pendapatan operasi bersih terhadap rata-rata aktiva produktif”.<sup>21</sup>

Jadi, NOM merupakan pendapatan yang didapat bukan dari bunga melainkan dari bagi hasil bersih terhadap rata-rata aktiva produktif.

Pendapatan bersih ini didapat dari pendapatan operasi dikurangi dengan akumulasi bagi hasil untuk investor dana investasi selama 12 bulan terakhir ( tidak termasuk bagi hasil untuk transaksi SIMA) dan biaya operasi. Sedangkan untuk rata-rata aktiva produktif didapat dari total aktiva produktif selama setahun dibagi 12.

Semakin besar rasio ini maka akan semakin meningkat pendapatan bunga yang diperoleh dari aktiva produktif yang dikelola bank, sehingga kemungkin bank tersebut dalam kondisi bermasalah semakin kecil.<sup>22</sup> Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

$$\text{Net Operating Margin} = \frac{\text{Pendapatan Operasional}}{\text{Rata - rata Aktiva Produktif}} \times 100\%$$

<sup>21</sup> Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal. 295.

<sup>22</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank...*, hal. 72.

<sup>23</sup> Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking...*, hal. 295.

**Tabel 2.1 Kriteria Penilaian NOM**

Level	Kriteria	Keterangan
Level 1	$NOM > 3\%$	Tinggi
Level 2	$2\% < NOM \leq 3\%$	Cukup Tinggi
Level 3	$1,5\% < NOM \leq 2\%$	Rendah
Level 4	$1\% < NOM \leq 1,5\%$	Cukup Rendah
Level 5	$NOM \leq 1\%$	Sangat Rendah

Sumber: Kodifikasi Penilaian Tingkat Kesehatan BI, 2012

## **B. Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO)**

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan perbankan untuk mengelola usahanya secara efisien. Efisien merupakan faktor penting untuk mempertahankan usaha.

Lincoln mengungkapkan: “Efisiensi merupakan sebuah hubungan antara input dan output yang dihasilkan dengan sumber daya yang dipakai untuk melakukan aktifitas operasional”.<sup>24</sup>

Efisiensi ini akan menghasilkan tingkat keuntungan yang optimal, menambah jumlah dana yang disalurkan, biaya lebih kompetitif, peningkatan pelayanan kepada nasabah, keamanan dan kesehatan perbankan yang meningkat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bank akan mampu melakukan usaha secara efisien jika manajemen operasi input dan outputnya dijalankan dengan benar.

Alat yang digunakan untuk mengukur efisiensi dalam perbankan yaitu BOPO.

Menurut Veitzal menyatakan bahwa

---

<sup>24</sup> Lincoln Arsyad, *Ekonomi Industri Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal. 115.

Biaya operasional dan pendapatan operasioanal merupakan perbandingan antara biaya operasional dengan pendapatan operasional dalam mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam menunjang kegiatan operasional.<sup>25</sup>

Dimana, Rudianto menyatakan bahwa “Biaya operasional adalah biaya yang berkaitan dengan operasi perusahaan di luar biaya produksi”.<sup>26</sup>

Sedangkan menurut Jusuf dibukunya Rudianto “Biaya operasional adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari”.<sup>27</sup>

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa biaya operasioanal adalah suatu kejadian yang terjadi yang berkaitan dengan operasi yang dilakukan perusahaan dan diukur dengan satuan uang.

Yang termasuk dalam biaya operasional merupakan semua jenis biaya yang berkaitan langsung dengan kegiatan usaha bank. Biaya operasional ini terdapat di dalam laporan laba rugi keuangan perbankan yang diperoleh dengan menjumlahkan biaya bagi hasil, biaya tenaga kerja, biaya umum administrasi, biaya penyusuta dan penyisihan aktiva produktif, biaya sewa gedung, investasi dan lainnya.

Pendapatan operasional adalah arus masuk aset atau peningkatan lainnya atas aset atau penyelesaian kewajiban entitas dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

---

<sup>25</sup> Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking...*, hal. 350.

<sup>26</sup> Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 270.

<sup>27</sup> *Ibid*, hal. 271.

Menurut Dendawijaya menyatakan bahwa “Rasio biaya operasional digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya”.<sup>28</sup> Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa usaha utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit, sehingga beban bunga dan hasil bunga merupakan porsi terbesar bagi bank.<sup>29</sup>

Menurut Suharjono di dalam bukunya mengungkapkan bahwa

BOPO termasuk rasio keberhasilan bank yang didasarkan pada penilaian kuantitas terhadap rentabilitas bank dan diukur dengan menggunakan rasio biaya operasional dan pendapatan operasional. BOPO juga merupakan salah satu rasio yang perubahan nilainya sangat diperhatikan terutama pada kriteria penentuan tingkat kesehatan bank oleh Bank Indonesia.<sup>30</sup>

Jadi, dari pendapat-pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa BOPO adalah rasio yang sangat penting yang digunakan untuk mengukur biaya operasional dan pendapatan operasional bank.

Bank dapat menentukan nilai BOPO jika rasio beban operasional dan pendapatan operasional (BOPO) tinggi sehingga menunjukkan bahwa bank tersebut tidak beroperasi dengan efisien karena tingginya nilai dari rasio ini memperlihatkan besarnya jumlah biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh pihak bank untuk memperoleh pendapatan operasional. Disamping itu, jumlah biaya operasional yang besar akan memperkecil jumlah laba yang akan

---

<sup>28</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hal. 252

<sup>29</sup> Veitzal rivai dkk, *Comercial Bank Management dari Teori ke Praktik...*, hal. 482.

<sup>30</sup> Mudrajat kuncoro dan Suharjono, *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: BPF 2002), hal. 34.

diperoleh karena biaya atau beban operasional bertindak sebagai faktor pengurangan dalam laporan laba rugi.<sup>31</sup>

Besarnya biaya operasional dan pendapatan operasioanal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya adalah:

1. Kebutuhan dana investasi
2. Komposisi sumber dana yang berhasil dihimpun.
3. Jenis dana yang berhasil dihimpun.
4. Jenis produk bank yang digunakan untuk menghimpun dana.
5. Jangka waktu penempatan dana amanah dan dana investasi.
6. Jumlah penempatan yang akan berdampak pada kebijakan tarif yang diterapkan.
7. Tingkat imbal bagi hasil yang diberikan kepada deposan.
8. Ketentuan cadangan wajib minimum yang ditetapkan oleh otoritas moneter.
9. Persaingan antar bank dalam menarik minat nasabah.
10. Kebijakan pemerintah
11. Target laba yang diinginkan bank
12. Ketersediaan jaminan tambahan.
13. Kualitas pembiayaan bank dan nasabah.<sup>32</sup>

Dari faktor yang dapat memperbesar BOPO di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang mempengaruhi BOPO adalah investasi, pendapatan produk dan pendapatan bagi hasil, jangka waktu dana dan investasi, tarif yang diberikan, cadangan wajib minimum, persaingan , kebijakan pemerintah, laba, jamian dan kualitas pelayanan.

Adapun rumus dari BOPO adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

<sup>31</sup> Veitzal rivai dkk, *Comercial Bank Management dari Teori ke Praktik...*, hal. 482.

<sup>32</sup> Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal. 380.

<sup>33</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana Dan Kesehatan Bank...*, hal. 65.

Perhitungan biaya operasional dan pendapatan operasional digunakan untuk mengetahui besarnya biaya operasional dan pendapatan operasional rata-rata yang dibayar bank, sekaligus untuk mengukur efisiensi aktivitas bank. Semakin kecil rasio ini berarti semakin efisiensi biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan. Sehingga keuntungan bank yang diperoleh akan semakin besar. Nilai rasio BOPO tersebut, akan dilihat efisiensi apabila nilai rasio BOPO lebih dari 90% mendekati 100% dinyatakan tidak efisien, namun apabila nilai rasio BOPO dibawah 90% maka dinyatakan efisien. Berikut merupakan tabel penilaian BOPO:

**Tabel 2.2 Kriteria Penilaian BOPO**

Level	Kriteria	Informasi
Level 1	$BOPO \leq 83\%$	Sangat Tinggi
Level 2	$83\% < BOPO \leq 85\%$	Tinggi
Level 3	$85\% < BOPO \leq 87\%$	Moderat
Level 4	$87\% < BOPO \leq 89\%$	Rendah
Level 5	$BOPO > 89\%$	Sangat Rendah

Sumber: Kodifikasi Penilaian Tingkat Kesehatan BI, 2012

### C. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya skala perusahaan.

Bambang menyatakan bahwa “Ukuran perusahaan dapat diketahui dari total aktiva perusahaan, semakin besar jumlah aktiva perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut”.<sup>34</sup>

Menurut Machfoedz dalam jurnal Widaryanti mengemukakan bahwa:

---

<sup>34</sup> Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal. 313.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan pada total *asset* perusahaan.<sup>35</sup>

Menurut Hartono menyatakan bahwa “ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.<sup>36</sup> Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan manajemen untuk mengoperasikan perusahaan dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapinya.

Menurut Brigham dan Hounson ukuran perusahaan adalah sebagai berikut: “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atas nilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.<sup>37</sup> Rumus ukuran perusahaan (*size*) adalah berikut ini:<sup>38</sup>

$$\text{Size} = \text{Log Total Aktiva}$$

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dan untuk menentukan ukuran perusahaan

---

<sup>35</sup> Agnes Sawir, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal. 101-102.

<sup>36</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 23.

<sup>37</sup> Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan...*, hal. 54.

<sup>38</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan...*, hal. 23.

dapat menggunakan ukuran aktiva yang diukur dengan logaritma dari total aktiva.

#### **D. Market Share (Pangsa Pasar)**

Bagi suatu perusahaan, pasar merupakan sasaran untuk keberhasilan dalam mencapai tujuan pemasaran. Dalam mengukur keberhasilan tersebut, perlu untuk mengetahui posisi perusahaan di pasar. Posisi perusahaan yang ada di pasar dapat diketahui melalui *market share*.

Menurut Sofjan dalam bukunya menyatakan bahwa “*Market share* merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dinyatakan dalam persentase”.<sup>39</sup>

Pendapat lain dikemukakan oleh Thorik dalam bukunya mengartikan pangsa pasar (*market share*) adalah sebagai berikut:

Pangsa pasar (*market share*) adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu untuk dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama.<sup>40</sup>

Dalam pengertian yang lebih sempit *market share* adalah “Perbandingan volume penjualan industri baik dalam unit maupun dalam rupiah”.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Strategi dan Konsep*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 101.

<sup>40</sup> Thorik Gunara, *Marketing Muhammad “Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw”*, (Bandung: Masania Prima, 2007), hal. 31.

<sup>41</sup> *Ibid*, hal. 32.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pangsa pasar atau *market share* adalah keseluruhan pasar yang berhasil dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan.

Perusahaan yang menaikkan pangsa pasar 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.
3. Perusahaan yang memotong harga mereka jauh lebih besar dari para pesaing tidak mencapai kenaikan pangsa pasar yang berarti.
4. Kebijakan pemasaran harus dapat menentukan gambaran jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan oleh perusahaan di dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang yang ada pada beberapa pasar sebagai sasaran penjualan.<sup>42</sup>

Dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat menaikkan pangsa pasar adalah meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pengeluaran pemasaran lebih cepat dari pada pertumbuhan pasar, memotong harga yang lebih cepat, menentukan kebijakan pemasaran yang diterapkan.

Analisis pangsa pasar mencerminkan kinerja pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri. Pangsa pasar memiliki pendekatan teori yaitu SCP (*structure conduct performance*). “Struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*)”.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 332.

<sup>43</sup> Lincolin Arsyad, *Ekonomi Industri...*, hal. 115.

Teori SCP merupakan suatu model untuk menggabungkan antara struktur pasar suatu industri dengan perilaku perusahaan serta kinerjanya. Teori ini digunakan untuk melihat kondisi struktur pasar dan persaingan yang terjadi di pasar.<sup>44</sup>

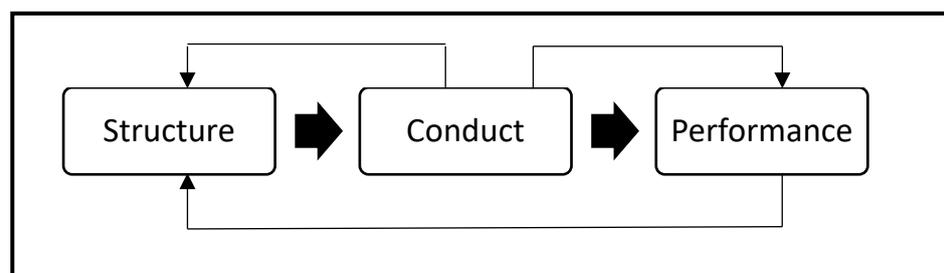
Dasar paradigma SCP dicetuskan oleh Mason yang mengemukakan bahwa:

Struktur biasanya diukur dengan rasio konsentrasi. Perilaku antara lain dilihat dari tingkat persaingan ataupun kolusi antar produsen. Kinerja suatu industri diukur antara lain dari derajat inovasi, efisiensi dan profitabilitas.<sup>45</sup>

Jadi, dapat disimpulkan antara stuktur, perilaku dan kinerja satu sama lain saling berpengaruh dan mempengaruhi.

Hubungan SCP dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP)**



Teori SCP ini telah diadaptasikan pada industri perbankan, di mana variabel yang digunakan adalah variabel pengukur kinerja untuk menghasilkan profit. Kinerja tersebut adalah profitabilitas dan efisien. Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam menghasilkan

<sup>44</sup> *Ibid*, hal. 115

<sup>45</sup> *Ibid*, hal. 120.

laba atau keuntungan dari sumber-sumber yang ada yang sebagaimana ketentuannya sama dengan yang ada di buku-buku lapoan perbankan. Semakin baik rasio ini maka semakin baik pula kinerja dari bank tersebut. Tetapi dalam SCP mengasumsikan bahwa profit yang tinggi hanya dapat terjadi pada perusahaan yang memiliki dan memanfaatkan kekuatan pasar untuk mengendalikan harga dan kuantitas produk yang diproduksi atau dijualnya. Tingkat profitabilitas ini mempengaruhi aset yang dimiliki oleh setiap perusahaan sehingga keberhasilan dari suatu pasar sangat menguntungkan dan menghasilkan laba yang nantinya dapat digunakan sebagai persaingan dengan kompetitorinya.

Namun menurut Philip mengemukakan dalam bukunya yaitu:

Perusahaan tidak boleh beranggapan bahwa memperoleh pangsa pasar di pasar yang mereka layani akan secara otomatis memperbaiki profitabilitas mereka. Khususnya untuk perusahaan jasa terutama perbankan yang memiliki intensif biaya yang tidak mengalami banyak skala ekonomi yang tergantung pada strategi perusahaan.<sup>46</sup>

Dan Philip juga menegaskan dalam bukunya yang lain mengungkapkan bahwa:

Banyak analis menunjuk banyak perusahaan dengan *market share* tinggi tetapi memiliki profitabilitas rendah, dan banyak perusahaan dengan *market share* rendah memiliki profitabilitas tinggi. Biaya untuk memperoleh *market share* lebih tinggi dapat jauh melebihi hasil-hasilnya. *Market share* yang lebih tinggi cenderung menghasilkan laba yang lebih tinggi dengan syarat biaya per unit turun dengan adanya kenaikan *market share* dan perusahaan menawarkan produk-produk

---

<sup>46</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 428.

primadan mengenakan suatu harga yang tinggi dengan melebihi biaya-biaya untuk memproduksi produk bermutu prima tersebut.<sup>47</sup>

Dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang memperbaiki profitabilitas tidak secara langsung mendapatkan pangsa pasar yang besar justru akan mendapatkannya secara perlahan terutama pada perusahaan jasa perbankan. Hal ini tergantung pada strategi yang diterapkan dan biaya yang dikeluarkan dalam sebuah perusahaan yang dijalankannya.

Untuk menentukan pangsa pasar yang besar pertimbangan yang perlu dilakukan adalah:

1. Kemungkinan timbulnya tindakan anti monopoli.
2. Biaya ekonomi.
3. Melakukan strategi bauran pemasaran yang keliru<sup>48</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertimbangan yang tepat untuk dilakukan adalah tindakan anti monopoli, meminimkan biaya ekonomi, menentukan strategi bauran pemasaran yang tepat.

Kinerja efisiensi dapat dibagi menjadi 2, yaitu efisiensi produktif dan efisiensi alokatif. Efisiensi produktif terkait pemilihan kombinasi produktif jumlah output yang dihasilkan dengan jumlah output dalam jumlah tertentu.

Sementara itu, efisiensi alokatif terkait dengan kemampuan pasar dalam memaksimalkan kesejahteraan para pemangku kepentingan pasar untuk

---

<sup>47</sup> Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1986), hal. 322-323.

<sup>48</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 428.

mencapai tujuan yang utama yaitu menghasilkan laba.<sup>49</sup> Secara umum, *market share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:<sup>50</sup>

$$\text{Market Share} = \frac{\text{jumlah penjualan perusahaan}}{\text{jumlah penjualan industri}} \times 100\%$$

Dapat ditarik kesimpulan bahwa rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *market share* perbankan syariah yaitu sebagai berikut:<sup>51</sup>

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Total Aset Bank syariah}}{\text{Total Aset Bank syariah Indonesia}} \times 100\%$$

Setiap perusahaan memiliki nilai *market share* sendiri, dan besarnya berkisar antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Derajat kekuatan *market share* umumnya akan muncul ketika nilai *market share* suatu perusahaan sudah mencapai 15%. Pada tingkat yang lebih tinggi yaitu 25-50% dapat dikatakan bahwa perusahaan memiliki *market share* 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. Penguasaan pangsa pasar yang besar akan mencapai keuntungan maksimal sebagai tujuan perusahaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pangsa pasar adalah suatu ukuran yang dapat menentukan struktur, perilaku dan kinerja perusahaan melalui profitabilitas dan efisiensi yang digunakan untuk meningkatkan profit

---

<sup>49</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 262.

<sup>50</sup> Thorik Gunara, *Marketing Muhammad "Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw"...*, hal. 31.

<sup>51</sup> Ibid, hal. 31.

sebuah perusahaan dan dapat memberikan penilaian terhadap kemampuan bank dalam menghadapi kompetitornya.

## **E. Bank Syariah**

### **1. Pengertian Perbankan Syariah**

Perbankan syariah terdiri dari dua kata, yaitu perbankan dan syariah. Kata perbankan adalah “Segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.

Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah:

“Aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam”.<sup>52</sup>

Jadi, bank syariah atau yang biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur’an dan Hadits. Dengan kata lain, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal yang sebagai “*Islamic Banking*” atau juga disebut dengan “*interest-free banking*”. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat

---

<sup>52</sup> Zainul ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hal. 13.

dilepaskan dalam asal-usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelarangan praktik riba, kegiatan *maisir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidakjelasan).

Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 mengemukakan:

Bank syariah adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan penyaluran kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>53</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulasi yang nonproduktif seperti perjudian (*maisir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

## 2. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Di Indonesia, bank syariah pertama adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang telah berdiri pada tahun 1992. Dalam hal ini, terdapat dua hal yang mendorong eksistensi dan perkembangan perbankan

---

<sup>53</sup> Ikit, *Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 44.

syariah adalah munculnya keinginan dan kebutuhan masyarakat serta keunggulan dan kelebihan yang dimiliki bank syariah. Menurut ketentuan yang tercantum di dalam Peraturan Bank Indonesia nomor, 2/8/PBI/2000 Pasal 1, Bank Syariah adalah bank umum sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah Islam, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah Islam. Adapun yang dimaksud dengan unit usaha syariah adalah unit kerja di kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk kerja di kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah.

Dalam hal ini, bank syariah didasarkan pada prinsip hukum Islam. Sistem bank syariah menawarkan fungsi dan jasa yang sama dengan sistem bank konvensional meskipun diikat oleh prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah di dalam bank syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan Islam. Kegiatan usaha bank syariah antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil, (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip usaha patungan (*musyarakah*), jual beli barang dengan memperoleh keuntungan

(*murabah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa (*ijarah*).<sup>54</sup>

### 3. Karakteristik Bank Syariah

Bank syariah ialah bank yang berasaskan antara lain: kemitraan, keadilan, transparansi, dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Pelarangan riba diberbagai bentuknya.
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*).
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulasi.
- e. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang.
- f. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.<sup>55</sup>

Dari karakteristik di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah melarang riba, *time value of money*, uang sebagai komoditas, spekulasi, dua harga dalam satu barang, dan dua transaksi dalam satu akad.

### 4. Tugas dan fungsi bank syariah:

- a. Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.
- b. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) wajib menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana

---

<sup>54</sup> Veitzal Rivai, *Islamic Banking and Finance...*, hal. 29-31.

<sup>55</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hal. 5.

yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lain dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Pelaksanaan fungsi tersebut diatur sesuai dengan undang-undang.<sup>56</sup>

Fungsi bank syariah menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 dalam pasal 4 yaitu:

- a. Menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat.
- b. Menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank syariah dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).<sup>57</sup>

Dapat disimpulkan bahwa fungsi bank syariah sesuai undang-undang adalah menghimpun dan menyalurkan dana, menjalankan fungsi sosial dan menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf.

Selain itu terdapat juga fungsi bank syariah yang lain yang dikemukakan oleh Wiroso diantaranya yaitu:

- a. Fungsi manajer investasi, dimana bank syariah bertindak sebagai manajer investasi dari pemilik dana (*dhahibul mal*) kemudian bank syariah menyalurkan dana tersebut kepada usaha-usaha yang produktif sehingga bank dapat menghasilkan keuntungan yang didapat oleh

---

<sup>56</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 3.

<sup>57</sup> *Ibid*, hal. 46.

- bank syariah dan dibagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang disepakati di awal akad.
- b. Fungsi investor, bank syariah dapat melakukan penanaman atau menginvestasi dana kepada sektor-sektor yang produktif dengan resiko yang kecil.
  - c. Fungsi sosial adalah bank dapat menghimpun dana dalam bentuk zakat, infal, sedekah, wakaf (ZISWAF). Setelah dana terkumpul bank syariah dapat menyalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan tanpa mengharap keuntungan atau imbalan.
  - d. Fungsi jasa keuangan, fungsi ini merupakan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat umum, jasa keuangan merupakan penunjang kelancaran kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Semakin lengkap jasa keuangan bank syariah maka akan semakin baik dalam pelayanan kepada masyarakat.<sup>58</sup>

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi lain bank syariah yaitu menejer investasi, investor, sosial, dan jasa keuangan.

## 5. Produk bank syariah

Produk bank syariah sama seperti halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal pemantauan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islam, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Berikut ini jenis-jenis produk bank syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

### a. Produk Penyaluran Dana

#### 1) Prinsip Jual Beli

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga dari harga yang dijual. Terdapat tiga

---

<sup>58</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), hal. 77.

jenis jual beli dalam pembiayaan konsumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:

a) *Bai' al Murabahah*

“*Bai' al murabahah* merupakan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli”.<sup>59</sup>

Jadi, *Bai' al murabahah* merupakan jual beli yang dilakukan secara terbuka sehingga pembeli mengetahui keuntungan yang diperoleh penjual.

b) *Bai' as Salam*

*Bai' as Salam* adalah penjualan barang tertentu yang disebutkan sifat-sifatnya sebagai persyaratan jual beli dan barang tersebut masih dalam tanggungan penjual, dimana syarat tersebut diantaranya adalah mendahulukan pembayaran pada saat akad disepakati.<sup>60</sup>

Jadi, *Bai' as Salam* merupakan jual beli yang dilakukan dengan cara pembayaran di awal, namun barangnya diserahkan pada akhir periode.

c) *Bai' al Istisna'*

*Bai' al istisna'* adalah bentuk khusus dari akad *bai' as salam*, oleh karena itu ketentuan *bai' al istisna'* mengikuti ketentuan dan atauran *bai' as salam*. *Bai' al istisna'* adalah kontrak antara pembeli dan produsen. Kesepakatan harga dapat dilakukan tawar-menawar dan sistem pembayaran dapat dilakukan dimuka atau secara angsuran perbulan atau dibelakang.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Sofyan Safri Harahap, dkk., *Akuntansi Perbankan Syariah*, ( Jakarta: LPFE Usakti, 2010), hal. 111.

<sup>60</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hal. 113.

<sup>61</sup> *Ibid*, hal. 112.

Jadi, *Bai' al istisna'* adalah jual beli yang pembayarannya dilakukan secara mencicil dan barang didapatkan pada akhir periode.

## 2) Prinsip Sewa (*Al Ijarah/ Leasing* )

*Al ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.<sup>62</sup>

Jadi, *Al ijarah* adalah akad sewa-menyewa antara pemilik dan penyewa untuk mendapatkan imbalan sewa yang disewakan.

## 3) Pembiayaan dengan Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu:

### a) *Al Musyarakah*

*Al musyarakah* merupakan akad kerja sama dimana masing-masing pihak memberikan dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama dan usaha yang dilakukan sesuai dengan syariah.<sup>63</sup>

Jadi, *Al musyarakah* merupakan kerja sama dimana semua pihak memberikan dana dan semua resiko akan ditanggung bersama.

### b) *Al Mudharabah*

*Al mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana satu pihak pertama (pemilik dana)

---

<sup>62</sup> Ahmad Ifham Sholikin, *Bank Syariah*, (Jakarta: Pt. Grafindo Media Pratama, 2008), hal. 131.

<sup>63</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 166.

menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua ( pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik dana.<sup>64</sup>

Jadi, *Al mudharabah* merupakan akad kerjasama dimana salah satu pihak memberikan modal sepenuhnya (100%) sedangkan yang satu menjalankan usahanya (pengelola).

#### b. Penghimpun Dana

Produk penghimpun dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan dan deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:

##### 1) *Al Wadi'ah* (Simpanan)

*Al wadi'ah* merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *al wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja jika si penitip menghendaki.<sup>65</sup>

Jadi, *Al wadi'ah* adalah titipan dari satu pihak ke pihak lain yang harus dijaga dan dikembalikan sesuai dengan perjanjian.

##### 2) *Mudharabah*

Dalam prinsip *mudharabah*, peyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai

---

<sup>64</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah...*, hal. 319.

<sup>65</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hal. 28.

pengelola. Terdapat dua prinsip *mudharabah* yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.<sup>66</sup>

c. Jasa perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

1) *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

*Sharf* adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan dalam waktu yang sama.

2) *Ijarah*

Kegiatan *ijarah* ini adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen.<sup>67</sup>

Jadi, jasa perbankan terdiri dari dua cara yaitu *sharf* (jual beli mata uang asing yang dilakukan dalam satu waktu) dan *ijarah* (sewa-menyewa).

## F. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain: Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Setiawan<sup>68</sup> (2008) Penelitian bertujuan untuk memberikan kejelasan tentang besarnya faktor makroekonomi, pangsa pasar dan karakteristik bank terhadap profitabilitas bank syariah. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap profitabilitas

---

<sup>66</sup> *Ibid*, hal. 30.

<sup>67</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hal. 118.

<sup>68</sup> Adi Setiawan, *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, (Semarang: Tesis Tidak Diterbitkan, 2009).

adalah inflasi, *Gross Domestic Product* (GDP), pangsa pembiayaan, *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), *Net Performing Financing* (NPF), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO), *SIZE*. Tujuan dari penelitian ini adalah a) pengaruh kondisi ekonomi makro yang diproksi dengan inflasi, dan GDP terhadap profitabilitas perbankan syariah; b) pengaruh karakteristik bank yang diproksi dari FDR, CAR, NPF, BOPO, dan *SIZE* terhadap profitabilitas perbankan syariah; c) pengaruh antara pangsa pasar yang diproksi dengan pembiayaan bank syariah terhadap profitabilitas perbankan syariah. Metode analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan inflasi, GDP, pangsa pembiayaan, CAR, FDR, NPF, BOPO, dan *SIZE* berpengaruh terhadap ROA. Sedangkan secara parsial pangsa pembiayaan, CAR, FDR, NPF, BOPO, dan *SIZE* berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, untuk inflasi dan GDP tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, dan untuk *SIZE* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap ROA karena variabel ini bertentangan dengan hipotesis penelitian bahwa *SIZE* berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank syariah. Selain itu variabel-variabel tersebut juga masih banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang berpengaruh yang berasal dari luar penelitian yaitu sebesar 12.9%.

Perbedaan penelitian Setiawan dengan penelitian ini adalah berada pada jumlah bank yang diteliti. Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu bank sedangkan dalam penelitian Setiawan menggunakan bank lebih dari satu.

Sedangkan persamaannya sama-sama menggunakan variabel BOPO, SIZE, dan pangsa pasar.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Aini<sup>69</sup> (2013) yang bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Bank, BOPO, Risiko Kredit, Kinerja Kredit, dan Kekuatan Pasar terhadap Net Interest Margin (Studi Perbandingan pada Bank Persero dan Bank Asing Periode Tahun 2008-2012). Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran bank, kekuatan pasar, kinerja kredit tidak berpengaruh terhadap NIM. Sedangkan BOPO, risiko kredit, kekuatan pasar berpengaruh terhadap NIM.

Perbedaan terletak pada tempat yang diteliti yaitu Aini meneliti di Bank Persero dan Bank Asing sedangkan dalam penelitian ini meneliti di Bank Muamalat. Untuk Persaannya sama-sama meneliti, BOPO, NIM, dan ukuran bank.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Aulia<sup>70</sup> (2015) Penelitian bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *Market Share*. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap *Market Share* adalah *Net Performing Financing* (NPF), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS). Metode analisis yang digunakan adalah model *Vector Autoregression* (VAR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel variabel BOPO

---

<sup>69</sup> Aini Nihayati dkk, *Pengaruh Ukuran Bank, BOPO, Risiko Kredit, Kinerja Kredit, dan Kekuatan Pasar terhadap Net Interest Margin (Studi Perbandingan pada Bank Persero dan Bank Asing Periode Tahun 2008-2012)*, (Jurnal Bisnis Strategi Vol. 23, No. 2 Des. 2014).

<sup>70</sup> Aulia Rahman, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank syariah*, (Analytica Islamica, Vol. 5, No. 2, 2016).

memiliki pengaruh yang sangat dominan sekali dibanding dengan variabel lainnya yaitu 7.18%. Sedangkan pada akhir pengamatan, variabel NPF memiliki *variance* yang sangat dominan dalam mempengaruhi *market share* bank syariah yaitu sebesar 29.02%. Untuk variabel CAR mempengaruhi *market share* sangat kecil yaitu sebesar 0.01% dibandingkan yang lainnya. Dan variabel SBSI mempengaruhi *market share* cukup dominan dan meningkat yaitu sebesar 4,41%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa, variabel NPF dominan dalam mempengaruhi *market share* bank syariah dalam jangka waktu yang panjang, sedangkan CAR dalam mempengaruhi *market share* bank syariah dalam jangka waktu pendek.

Perbedaan penelitian Aulia dengan penelitian ini adalah pada tempat yang diteliti, pada penelitian Aulia peneliti menggunakan lebih dari satu sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu bank saja, selain itu di metode penelitian yang digunakan juga berbeda, dalam penelitian Aulia menggunakan metode VAR untuk penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Persamaan antara penelitian Aulia dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel BOPO dan *market share*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fatimah<sup>71</sup> (2015) yang bertujuan untuk memberikan kejelasan tentang besarnya pengaruh Pangsa Pasar dan Indikator Perbankan terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia. Metode analisis data yang digunakan adalah model regresi data panel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pangsa pasar dan pihak

---

<sup>71</sup> Nurul Fatimah Rofiatun, *Pengaruh Pangsa Pasar dan Indikator Perbankan terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia*, (Jurnal of Islamic Economics Lariba Vol. 2, issue. 1 Universitas Islam Indonesia, 2016).

ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Pangsa pasar pembiayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ROA. *Total equity* berpengaruh positif terhadap ROA. Dan *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Perbedaan dari penelitian Nurul Fatimah dengan penelitian ini yaitu terdapat pada jumlah dan tempat yang digunakan untuk penelitian serta metode yang digunakan. Persamaan dalam penelitian Nurul Fatimah yaitu sama-sama menggunakan variabel *size*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Karsinah<sup>72</sup> (2015) yang bertujuan untuk menganalisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank syariah di Indonesia Periode 2011-2016. Penelitian ini menggunakan Biaya Operasioanal dan Pendapatan Operasional (BOPO), *Capital Eduquary Ratio* (CAR), *Return On Asset* (ROA), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), *Non Performing Financing* (NPF) sebagai variabel kinerja bank syariah. Model yang digunakan sebagai alat analisi adalah model *Vector Auto Regression* (VAR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pangsa pasar bank syariah merespon positif terhadap variabel BOPO, CAR, ROA, dan FDR, sedangkan variabel NPF merespon negatif. Fluktuasi pangsa pasar didominasi dari pangsa pasar itu sendiri.

Perbedaan penelitian Karsinah dengan penelitian ini yaitu pada tempat yang digunakan untuk meneliti dan metode yang digunakan. Dalam penelitian Karsinah menggunakan lebih dari satu tempat dan menggunakan model VAR

---

<sup>72</sup> Sani Noor Rohman dan Karsinah, *Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank syariah di Indonesia Periode 2011-2016*, (Semarang: Ruang Jurnal Gedung LFE UNNES, 2016).

sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu tempat dan menggunakan metode regresi linier berganda. Untuk persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian Karsinah adalah sama-sama menggunakan variabel BOPO.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Virawan<sup>73</sup> (2016) yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap *market share* adalah *Net Operating Margin* (NOM), *Non Performing Financing* (NPF), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO), Dana Pihak Ketiga (DPK), Suku Bunga (*BI Rate*), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi. Metode yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel NOM, NPF, FDR, BOPO, DPK, BI Rate, IHSG, dan Inflasi terhadap *market share* memberikan pengaruh yang signifikan. Sedangkan secara parsial yang paling berpengaruh adalah DPK yaitu sebesar 23,034. Sedangkan secara keseluruhan variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat yaitu sebesar 98,4% dan untuk sisanya yaitu 1,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Perbedaan penelitian Virawan dengan penelitian ini yaitu pada tempat yang digunakan untuk meneliti dan metode yang digunakan. Dalam penelitian Karsinah menggunakan lebih dari satu tempat sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu tempat. Untuk persamaan dalam penelitian ini

---

<sup>73</sup> Adivia Virawan, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017).

dengan penelitian Virawan adalah sama-sama menggunakan variabel BOPO, NOM, dan *market share*.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan dari Wachyu<sup>74</sup> Penelitian bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *Market Share*. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap *Market Share* adalah Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Rasio* (FDR). Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel BOPO tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *market share* sedangkan variabel ROA, CAR, FDR berpengaruh terhadap *market share*.

Perbedaan penelitian Wachyu dengan penelitian ini yaitu pada tempat yang digunakan untuk meneliti dan metode yang digunakan. Dalam penelitian Karsinah menggunakan lebih dari satu tempat sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu tempat. Untuk persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian Wahcyu adalah sama-sama menggunakan variabel BOPO dan *market share*.

---

<sup>74</sup> Wachyu Probo Asmoro, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018).

## G. Kerangka Konseptual

Sugiono di dalam bukunya menyatakan bahwa “Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.<sup>75</sup>

Kerangka berfikir berisi gambaran pola hubungan antara variabel atau kerangka konsep yang digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti, disusun berdasarkan kajian teoritis yang telah dilakukan dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu.<sup>76</sup> Kerangka konseptual berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang telah dihadapi.

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas dari teori yang telah dibahas, maka dapat disusun kerangka konseptual yang menggambarkan tentang judul dari penelitian ini yaitu pengaruh *Net Operating Margin*, biaya operasional dan pendapatan operasional, dan *size* terhadap *market share* PT. Bank Muamalat Tbk (periode tahun 2010- juni 2018). Variabel penelitiannya yakni *Net Operating Margin* atau NOM ( $X_1$ ), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional atau BOPO ( $X_2$ ), *size* ( $X_3$ ), dan *Market Share* ( $Y$ ). Rumusan penelitiannya yakni (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *Net Operating Margin*, terhadap *Market Share*?; (2) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional, terhadap *Market Share*?; (3) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *Size*

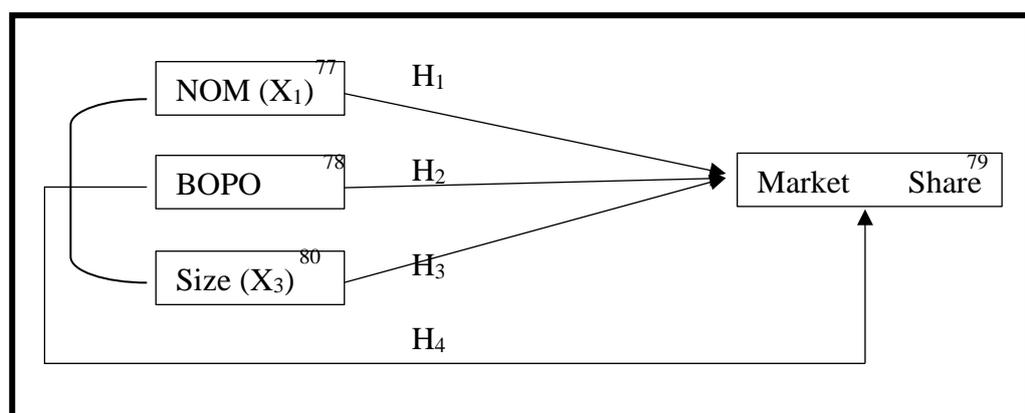
---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 256.

<sup>76</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013) hal. 256.

terhadap *Market Share*?; (4) Apakah ada pengaruh yang simultan antara *Net Operating Margin*, Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional, dan *Size* terhadap *Market Share*?. Berikut kerangka konseptual penelitian dengan judul di atas.

**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**



Kerangka konseptual di atas di dasarkan dengan adanya kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya:

1. Pengaruh *Net Operating Margin* (X<sub>1</sub>) terhadap *Market Share* (Y) di dasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Frianto Pandia<sup>81</sup> serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adivia Virawan.<sup>82</sup>

<sup>77</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank...*, hal. 72.

<sup>78</sup> Veitzal rivai dkk, *Comercial Bank Management dari Teori ke Praktik...*, hal. 482.

<sup>79</sup> Lincoln Arsyad, *Ekonomi Industri...*, hal.11.

<sup>80</sup> Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan...*, hal. 54.

<sup>81</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank...*, hal. 72.

<sup>82</sup> Adivia Virawan, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perlanbatan Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 53.

2. Pengaruh Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional ( $X_2$ ) dan *Market Share* ( $Y$ ) di dasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Veitzal<sup>83</sup> serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aulia Rohmah.<sup>84</sup>
3. Pengaruh *Size* ( $X_3$ ) terhadap *Market Share* ( $Y$ ) di dasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Eugene F. Brigham dan Joel F. Hounson<sup>85</sup> serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adi Setiawan<sup>86</sup>
4. Pengaruh *Net Operating Margin* ( $X_1$ ), Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional ( $X_2$ ), dan *Size* ( $X_3$ ) terhadap *Market Share* ( $Y$ ) di dasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Lincoln Arsyad<sup>87</sup> serta dalam kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aini Nihayati<sup>88</sup>

## H. Hipotesis Penelitian

Menurut Husein menyatakan bahwa “Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/ mengarahkan penyelidikan selanjutnya”.<sup>89</sup>

Dalam sebuah penelitian yang menggunakan sampel untuk diberlakukan kepada populasi, maka perlu kiranya mengadakan dugaan

---

<sup>83</sup> Veitzal rivai dkk, *Comercial Bank Management dari Teori ke Praktik...*, hal. 482.

<sup>84</sup> Aulia Rahman, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Maret Share Bank syariah*, (Analytica Islamica, Vol. 5, No. 2, 2016), hal. 30.

<sup>85</sup> Eugene F. Brigam dan Joel F. Houston, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan...*, hal. 54.

<sup>86</sup> Adi Setiawan, *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, (Semarang: Tesis Tidak Diterbitkan, 2009). Hal 37.

<sup>87</sup> Lincoln Arsyad, *Ekonomi Industri...*, hal.111.

<sup>88</sup> Aini Nihayati dkk, *Pengaruh Ukuran Bank, BOPO, Risiko Kredit, Kinerja Kredit, dan Kekuatan Pasar terhadap Net Interest Margin (Studi Perbandingan pada Baank Persero dan Bank Asing Periode Tahun 2008-2012)*, (Jurnal Bisnis Strategi Vol. 23, No. 2 Des. 2014), hal. 80

<sup>89</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 104.

sementara yang disebut dengan hipotesis.<sup>90</sup> Sesuai dengan penelitian terdahulu dan kerangka konsep di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : *Net Operating Margin* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share*.

H<sub>2</sub> : Biaya Operasional Pendapatan Operasional berpengaruh signifikan terhadap *Market Share*.

H<sub>3</sub> : *Size* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share*.

H<sub>4</sub> : *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* berpegaruh simultan terhadap *Market Share*.

---

<sup>90</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statisti 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 19.