

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Net Operating Margin* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui dari tabel *Coefficient* bahwa koefisien regresi nilai *Net Operating Margin* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Hal ini disebabkan karena nilai $\text{sig.} < \alpha$ maka disimpulkan bahwa menerima H_1 yang berarti koefisien regresi nilai *Net Operating Margin* adalah teruji signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cara lain untuk membuktikan bahwa nilai *Net Operating Margin* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk adalah dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka disimpulkan menerima H_1 , yang berarti koefisien regresi nilai *Net Operating Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara nilai *Net Operating Margin* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Hal ini berarti semakin besar nilai *Net Operating Margin* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. akan semakin

naik, begitu sebaliknya semakin kecil nilai *Net Operating Margin* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. maka akan semakin menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Veitzal yang mengemukakan bahwa “NOM merupakan pendapatan operasi bersih terhadap rata-rata aktiva produktif”.¹³⁹ Dimana dapat diketahui jika laba yang didapat bank tinggi dan tingkat risiko kegagalan pengambilan dana menurun maka akan memberikan pengaruh terhadap pangsa pasar yang ikut naik sehingga semakin besar rasio ini maka akan semakin meningkat pendapatan laba yang diperoleh dari aktiva produktif yang dikelola bank sehingga bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Hal ini menyatakan bahwa jika semakin meningkat pendapatan yang diperoleh bank atau NOM maka akan meningkatkan nilai *market share* dan sebaliknya jika pendapatan yang didapat bank menurun atau NOM menurun maka *market share* akan menurun. Dan juga sesuai dengan teori manfaat menaikkan pangsa pasar¹⁴⁰ yang apabila perusahaan menaikkan kualitas produk mereka relatif maka mereka akan menikmati kenaikan pangsa pasar. Karena dalam hal ini menaikkan kualitas produk secara tidak langsung sama halnya dengan mendapatkan laba yang lebih.

¹³⁹Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal. 295.

¹⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hal. 205.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Virawan¹⁴¹ yang menguji tentang Faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan *Market share* yang menyatakan bahwa NOM memiliki nilai sig. yang lebih kecil dari pada α sehingga hasil yang diperoleh NOM berpengaruh positif signifikan terhadap *market share*. Yang berarti bahwa jika NOM mengalami kenaikan maka *market share* akan naik dan jika NOM turun maka *market share* akan turun.

B. Pengaruh Biaya Operasional Pendapatan Operasional terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Berdasarkan dari uji *t-test* dapat diketahui dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi Biaya Operasional Pendapatan Operasional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. dengan nilai sig. lebih besar dari taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi Biaya Operasional Pendapatan Operasional tidak teruji signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. cara lain untuk membuktikan bahwa Biaya Operasional Pendapatan Operasional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. adalah dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan menolak H_1 , yang artinya koefisien regresi Biaya Operasional Pendapatan Operasional tidak

¹⁴¹ Adivia Virawan, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal 70.

teruji sehingga menunjukkan bahwa Biaya Operasional Pendapatan Operasional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Hasil penelitian ini kurang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Veitzal yang menyatakan bahwa:

Biaya operasional dan pendapatan operasional merupakan perbandingan antara biaya operasional dengan pendapatan operasional dalam mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam menunjang kegiatan operasional.¹⁴²

Dimana semakin kecil rasio ini semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan sehingga dapat disimpulkan jika BOPO ini memiliki rasio yang rendah secara tidak langsung maka akan menurunkan *market share* begitupun sebaliknya jika BOPO memiliki rasio yang tinggi maka akan menaikkan *market share*.

Tetapi penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip yang menyatakan bahwa:

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.¹⁴³

Dan dipertegas lagi dengan mengungkapkan:

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

¹⁴² Veitzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking...*, hal. 350.

¹⁴³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 428.

kenaikan *market share* dan perusahaan menawarkan produk-produk primadan mengenakan suatu harga yang tinggi dengan melebihi biaya-biaya untuk memproduksi produk bermutu prima tersebut.¹⁴⁴

Dalam teori diatas sudah dijelaskan bahwa profitabilitas (yang dimaksud disini adalah Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) belum tentu dapat mempengaruhi *market share* melainkan justru dapat memberikan perbandingan terbalik antar keduanya karena dalam biaya yang dikeluarkan belum tentu dapat mempengaruhi skala ekonomi yang berubah-ubah dan biaya yang dikeluarkan bank merupakan dalam bentuk jasa bukan sebagai bentuk barang sehingga dalam hal ini skala ekonomi yang meningkat belum tentu dapat mempengaruhi hal tersebut. Jadi, dapat disimpulkan antara teori dan pengujian yang dilakukan oleh peneliti sama.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karsinah¹⁴⁵ yang menunjukkan bahwa BOPO merespon positif yang berarti bahwa semakin besar rasio maka akan semakin besar risiko yang akan ditanggung oleh bank. Sehingga pangsa pasar bank syariah mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini juga berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukukan oleh Aulia¹⁴⁶ yang menunjukkan bahwa variabel Biaya Operasioanal Pendapatan Operasional memiliki pengaruh yang sangat

¹⁴⁴ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1986), hal. 322-323.

¹⁴⁵ Sani Noor Rohman dan Karsinah, *Analisis Determinan Pangsa Pasar Bank Syariah dengan Kinerja Bank syariah di Indonesia Periode 2011-2016*, Semarang: Ruang Jurnal Gedung L FE UNNES, 2016), hal. 138

¹⁴⁶ Aulia Rahman, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Maret Share Bank syariah*, (Analytica Islamica, Vol. 5, No. 2, 2016), hal. 80.

dominan sekali yang mempengaruhi *Market Share*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan Biaya Operasional Pendapatan Operasional akan menyebabkan kenaikan pada *Market Share* begitupun sebaliknya apabila ada penurunan Biaya Operasional Pendapatan Operasional akan menyebabkan penurunan pada *Market Share*.

C. Pengaruh *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui dari tabel *Coefficient* bahwa koefisien regresi nilai *Size* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Hal ini disebabkan karena nilai sig. $< \alpha$ maka disimpulkan bahwa menerima H_1 yang berarti koefisien regresi nilai *Size* adalah teruji signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cara lain untuk membuktikan bahwa nilai *Size* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. adalah dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan menerima H_1 , yang berarti koefisien regresi nilai *Size* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara nilai *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. hal ini berarti semakin besar nilai *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. akan semakin naik, begitu sebaliknya semakin kecil

nilai *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. maka akan semakin menurun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Hartono dalam bukunya Harahap menyatakan bahwa “ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.¹⁴⁷ Hal ini sesuai dapat mempengaruhi *market share* karena dalam *market share* hal yang dapat dilihat terlebih dahulu adalah besarnya perusahaan yang apabila perusahaan itu merupakan perusahaan besar maka perusahaan tersebut akan mampu menaikkan pangsa pasarnya dan sebaliknya apabila perusahaan tersebut kecil kemungkinan untuk meluaskan pangsa pasar akan kesulitan. Jadi dapat disimpulkan, jika *size* naik maka akan menaikkan *market share* dan jika *size* menurun maka akan menurunkan *market share*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan¹⁴⁸ yang menyatakan bahwa hipotesis penelitian *Size* berpengaruh negatif terhadap ROA sehingga berbanding terbalik dengan hipotesis penelitian bahwa *Size* berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank syariah. Dari penelitian ini bedanya adalah terletak pada variabel yang mempengaruhinya yaitu ROA.

¹⁴⁷ Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 23.

¹⁴⁸ Adi Setiawan, *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, (Semarang: Tesis Tidak Diterbitkan, 2009). Hal 109.

D. Pengaruh *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Berdasarkan uji *F-test* yang terdapat pada tabel ANOVA dapat diketahui bahwa secara simultan nilai *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Pada penelitian ini menunjukkan nilai sig. lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi maka H_1 teruji, artinya terdapat pengaruh signifikan antara nilai *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cara lain untuk membuktikan bahwa nilai *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dari perbandingan tersebut diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 teruji, yang berarti antara nilai *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* berpengaruh terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lincolin yang menyatakan bahwa 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*)".¹⁴⁹ dan diperjelas lagi di dalam pendapatnya Mason di dalam bukunya Lincoln 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.¹⁵⁰

Dalam penelitian ini yang mencakup semua variabel yang berpengaruh terhadap *Market Share* yaitu terdapat di teori SCP pada bagian kinerja (*performance*). Disitu telah disebutkan bahwa kinerja dapat diukur dengan derajat inovasi, efisiensi dan profitabilitas. Profitabilitas dan efisiensi dalam perbankan mencakup tentang *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan juga *Size* yang digunakan untuk melihat besarnya perusahaan tersebut. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan pengaruh antara *Net Operating Margin*, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, dan *Size* terhadap *Market Share* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. sesuai dengan teori yang telah dikemukakan dan telah dibuktikan melalui pengujian regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini¹⁵¹ yang menyatakan bahwa hipotesis penelitian ukuran bank, kekuatan pasar, BOPO, risiko kredit berpengaruh terhadap NIM. Sehingga dapat

¹⁴⁹ Lincoln Arsyad, *Ekonomi Industri Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal. 115.

¹⁵⁰ *Ibid*, hal. 120.

¹⁵¹ 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), hal. 120.

disimpulkan bahwa NIM sangat dipengaruhi oleh rasio-rasio keuangan. Dari penelitian ini bedanya adalah terletak pada variabel yang mempengaruhinya yaitu NIM dan variabel yang dipengaruhi selain ada ukuran bank dan BOPO juga ada kekuatan pasar dan risiko kredit.

Angka *adjusted R Square* adalah 0,698, yang berarti 0,698 variabel terikat *Market Share* dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari antara *Net Operating Margin*, Biaya perasional Pendapatan Operasional, *Size* dan sisanya 0,312 dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan. Jadi dapat disimpulkan sebagian kecil variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang tidak digunakan dalam model regresi yang dianalisis dalam penelitian ini.