

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Pengaruh *Non Performing Finaancing* (NPF) terhadap *Market Share* PT. Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Non Performing Finaancing* (NPF) berpengaruh negative dan signifikan terhadap *Market share*. Dapat diketahui bahwa dalam perhitungan uji hipotesis secara parsial, nilai Sig. untuk *Non Performing Finaancing* (NPF) sebesar 0,000. Jadi, perolehan Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel *Non Performing Finaancing* (NPF) berpengaruh terhadap *Market Share*. Jikia dilihat dari nilai t_{hitung} (-5,732) lebih besar dari t_{tabel} (2,052), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima . dalam hal ini variabel NPF berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Market Share*. Sehingga NPF mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan *Market Share*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dendawijaya yang mengemukakan bahwa timbulnya pembiayaan bermasalah akan mengakibatkan pendapatan dari pembiayaan yang diberikan. Hal tersebut akan mempengaruhi laba yang diperoleh Bank syariah sehingga menimbulkan

turunnya *Market Share*.¹ Semakin banyaknya pembiayaan bermasalah membuat bank tidak berani meningkatkan penyaluran pembiayaan. Apabila NPF mengalami kenaikan maka *Market Share* akan cenderung mengalami penurunan, begitu juga sebaliknya apabila NPF mengalami penurunan maka *Market Share* akan cenderung mengalami kenaikan.

Pengelolaan pembiayaan sangat diperlukan oleh bank, mengingat fungsi pembiayaan sebagai penyumbang pendapatan terbesar bagi pihak bank. Tingkat kesehatan pembiayaan (NPF) ikut mempengaruhi peningkatan pangsa pasar suatu bank. Adanya pembiayaan bermasalah akan mengakibatkan hilangnya kesempatan untuk memperoleh pendapatan dari pembiayaan yang diberikan, sehingga akan berpengaruh buruk pada *Market Share*. Dengan demikian semakin besar NPF maka akan semakin mengakibatkan menurunnya *Market Share*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Saputra² yang berjudul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (studi pada Bank Umum Syariah 2012-2016) Hasil penelitian Bambang Saputra menunjukkan hasil tes menunjukkan bahwa, pertama, ROA memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *Market Share*. Kedua, CAR berpengaruh signifikan positif terhadap *Market Share*. Ketiga, FDR memiliki efek yang signifikan positif terhadap *Market Share*.

¹ Lukman Dendawijaya, "*Manajemen Perbankan*"hal. 82

² Bambang Saputra, "*Faktor-Faktor Keuangan*" hal.124.

Keempat, NPF memiliki efek negatif yang signifikan pada *Market Share*.

Kelima, REO memiliki efek negatif yang signifikan pada *Market Share*

B. Analisis pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap *Market Share* PT. Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market share*. Dapat diketahui bahwa dalam perhitungan uji hipotesis secara parsial, nilai Sig. untuk Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 0,006 Jadi, perolehan Sig. 0,006 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh terhadap *Market Share*. Jika dilihat dari nilai t, t_{hitung} (3,016) lebih besar dari t_{tabel} (2,052), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dalam hal ini variabel NPF berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share*. Sehingga Dana Pihak Ketiga (DPK) mempunyai hubungan yang searah dengan *Market Share*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dendawijaya, semakin besar DPK yang bisa dihimpun bank syariah maka perbankan syariah juga bisa membiayai proyek skala besar. Dana ini diperoleh dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintahan, dan lain-lain.³ Simpanan atau DPK yang berasal dari masyarakat baik perorangan maupun badan usaha yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank dan ini sesuai

³ Lukman Dendawijaya, Manajemen perbankan.hal.130

dengan fungsi bank sebagai penghimpun dana dari pihak-pihak yang berlebihan dana dalam masyarakat dengan pihak yang kekurangan dana.⁴

Jika Dana Pihak Ketiga (DPK) besar maka peluang penyaluran dana yang bisa dilakukan perbankan syariah akan besar maka produktifitas perbankan syariah akan meningkat. Dari laba atau keuntungan yang didapat dari DPK akan meningkatkan aset bank syariah sehingga berpengaruh terhadap peningkatan *Market Share* bank syariah. Dana Pihak Ketiga (DPK) sangat diperlukan dalam pengembangan kegiatan usaha bank, DPK merupakan salahsatu komponen yang bisa membuat penyaluran dana meningkat dan pada akhirnya akan berpengaruh positif terhadap *Market Share*.

Hasil ini sejalan dengan temuan Nurani Purboastuti dkk.⁵ Nurani Purboastuti dkk yang berjudul menguji tentang Pengaruh indikator utama perbankan terhadap pangsa pasar perbankan syariah (studi pada Bank Umum Syariah 2012-2016) Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ROA, NPF, FDR dan nisbah bagi hasil secara bersama-sama mempengaruhi Pangsa Pasar perbankan islam di Indonesia. Sedangkan berdasarkan uji t tes ROA,DPK dan FDR berpengaruh positif sedangkan DPK memiliki pengaruh positif terhadap Pangsa Pasar perbankan islam di Indonesia. Semakin banyak dana pihak ketiga (DPK), maka semakin banyak pula peluang untuk menyalurkan dana kepada nasabah.

⁴ Mudrajad Kuncoro, "Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi" hal 155

⁵ Nurani Purboastuti, "Pengaruh Indikator Utama Perbankan"hal. 21

C. Analisis Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap *Market Share* PT.Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market share*. Dapat diketahui bahwa dalam perhitungan uji hipotesis secara parsial, nilai Sig. untuk *Capital Adequacy Ratio* (CAR) sebesar 0,011 Jadi, perolehan Sig. 0,011 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh terhadap *Market Share*. Jika dilihat dari nilai t, t_{hitung} (2,722) lebih besar dari t_{tabel} (2,052), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dalam hal ini variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share*. Sehingga *Capital Adequacy Ratio* (CAR) mempunyai hubungan yang searah dengan *Market Share*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dendawijaya, yang menyatakan bahwa Semakin tinggi nilai CAR yang dimiliki bank maka semakin besar pula sumber daya finansial yang dapat digunakan untuk keperluan pengembangan usaha dan mengantisipasi potensi kerugian yang diakibatkan penyaluran pembiayaan.⁶ semakin besar CAR maka semakin tinggi kemampuan permodalan bank dalam menjaga kemungkinan timbulnya risiko kerugian kegiatan usahanya. Rendahnya CAR dikarenakan peningkatan ekspansi aset beresiko yang tidak diimbangi dengan penambahan modal menurunkan

⁶ Lukman Dendawijaya, "Manajemen perbankan".....hal.122

kesempatan bank untuk berinvestasi dan menurunkan kepercayaan masyarakat sehingga berpengaruh pada penurunan pangsa pasar.

Tingginya rasio modal dapat melindungi depositan, dan memberikan dampak meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada bank, yang pada akhirnya dapat meningkatkan *market share*. Tingginya rasio modal dapat melindungi depositan. Sehingga memberikan dampak meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada bank, yang pada akhirnya dapat meningkatkan *Market Share*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Saputra⁷ yang berjudul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (studi pada Bank Umum Syariah 2012-2016) Hasil penelitian Bambang Saputra menunjukkan hasil tes menunjukkan bahwa, pertama, ROA memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *Market Share*. Kedua, CAR berpengaruh signifikan positif terhadap *Market Share*. Ketiga, FDR memiliki efek yang signifikan positif terhadap *Market Share*. Keempat, NPF memiliki efek negatif yang signifikan pada *Market Share*. Kelima, REO memiliki efek negatif yang signifikan pada *Market Share*.

D. Analisis Pengaruh *Return On Assets (ROA)* terhadap *Market Share* PT Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Return On Assets (ROA)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market share*. Dapat diketahui

⁷ Bambang Saputra, "*Faktor-Faktor Keuangan*".....hal.124.

bahwa dalam perhitungan uji hipotesis secara parsial, nilai Sig. untuk *Return On Assets* (ROA) sebesar 0,031. Jadi, perolehan Sig. 0,031 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *Market Share*. Jika dilihat dari nilai t , t_{hitung} (2,278) lebih besar dari t_{tabel} (2,052), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. dalam hal ini variabel *Return On Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Share*. Sehingga *Return On Assets* (ROA) mempunyai hubungan yang searah dengan *Market Share*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dwi Prastoyo, bahwa return on assets (ROA) mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. *Return On Assets* (ROA) dapat didefinisikan sebagai Rasio perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total keseluruhan aktiva yang dimiliki bank, serta melihat sejauh mana asset yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan yang maksimal.⁸ Semakin besar rasio return on assets (ROA), semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan agar menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aset yang dimiliki. semakin besar ROA suatu bank maka semakin baik pula

⁸ Dwi Prastowo, "Analisis Laporan Keuangan".....hal.91.

Market Share-nya. 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 diperoleh 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 pangsa pasar bank tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Prabowo Asmoro.⁹ yang berjudul Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi *Market Share* di Indonesia. (studi pada Bank Umum Syariah 2012-2016) . Hasil penelitian wahyu prabowo menunjukkan bahwa ROA secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* bank syariah. Hal ini berarti jika tingkat ROA mengalami kenaikan, maka akan berdampak pada meningkatnya *market share* bank syariah.

E. Analisis Pengaruh NPF, DPK, CAR, ROA terhadap *Market Share* PT.Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil uji F didapatkan Sig. (0,000) kurang dari 0,05 maka H₀ ditolak artinya disimpulkan bahwa NPF, DPK, CAR, ROA berpengaruh secara bersama-sama terhadap Market Share Jika dilihat dari nilai F, diperoleh F_{hitung} diperoleh sebesar 12,657. Dengan dengan F_{tabel} (k : Nebesar

⁹ Wahyu Probo Asmoro, "Analisis Faktor-Faktor"....., hal. 88.

2,73 (diperoleh dari $df = n-k-1$ ($32-4-1 = 27$) . sehingga $F_{hitung} 12,657 > F_{tabel}$ (2,73) maka H_0 ditolak artinya bahwa NPF, DPK, CAR, dan ROA berpengaruh secara simultan terhadap *Market Share*

Hal ini terbukti setelah dilakukan penelitian ini, dapat melihat bahwa secara bersama-sama variabel NPF, DPK, CAR, ROA berpengaruh secara signifikan terhadap *Market Share*. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian pula dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,601. Hal ini berarti bahwa NPF, DPK, CAR, ROA sebagai faktor internal memiliki pengaruh sebesar 60,1% terhadap *Market Share*, sedangkan 39,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. R-Square yang bernilai antara 0-1 dengan ketentuan semakin mendekati angka 1, maka semakin baik.

Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel independen yakni NPF, DPK, CAR, ROA yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap *Market Share* PT. Bank Syariah Mandiri. dari keempat variabel independen tersebut, NPF memiliki pengaruh paling kuat terhadap *Market Share*. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data dan pengujian dengan membandingkan nilai koefisien beta dari masing-masing variabel independen, dimana nilai koefisien beta dari NPF (-0,829), DPK (0,205), CAR (0,51) dan ROA (0,209) Hasilnya menunjukkan bahwa nilai koefisien beta variabel NPF lebih tinggi dibanding nilai koefisien beta variabel lainnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel independen yang digunakan dalam penelitian, variabel NPF yang paling mendominasi dan memiliki pengaruh kuat terhadap *Market Share*.