

**PENGARUH DANA PIHAK KETIGA PEMBIAYAAN DAN
NILAI PERUSAHAAN TERHADAP *MARKETSHARE*
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

YOSI EVA WAHYUNI
NIM. 18 401 00139

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH DANA PIHAK KETIGA PEMBIAYAAN DAN
NILAI PERUSAHAAN TERHADAP *MARKETSHARE*
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**YOSI EVA WAHYUNI
NIM. 18 401 00139**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH DANA PIHAK KETIGA PEMBIAYAAN DAN
NILAI PERUSAHAAN TERHADAP *MARKETSHARE*
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**YOSI EVA WAHYUNI
NIM. 18 401 00139**

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hamni Fadlilah Nasution'.

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001**

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Samsuddin Muhammad'.

**Samsuddin Muhammad, M.Si
NIP.198612052020121007**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Yosi Eva Wahyuni**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

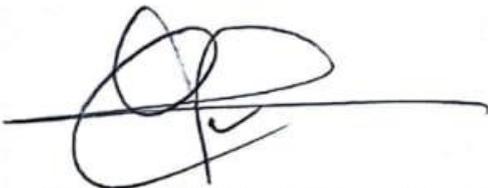
Padangsidempuan, Januari 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Di-
Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **a.n. Yosi Eva Wahyuni yang berjudul "Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap Marketshare pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk."**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

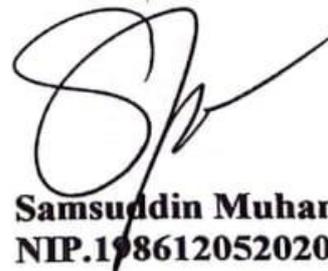
Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

PEMBIMBING II



Samsuddin Muhammad, M.Si
NIP. 198612052020121007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosi Eva Wahyuni
NIM : 18 401 00139
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk..**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 15 Januari 2024

Saya yang Menyatakan,




Yosi Eva Wahyuni
NIM. 18 401 00139

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosi Eva Wahyuni
NIM : 18 401 00139
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Januari 2024

Yang menyatakan,




Yosi Eva Wahyuni
NIM. 18 401 00139



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : YOSI EVA WAHYUNI
NIM : 18 401 00139
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan Dan Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare* Pada PT.Bank Muamalat Indonesia TBK

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIDN. 2012058401

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIDN. 2012058401

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Samsuddin Muhammad, M.Si
NIDN.0105128603

PelaksanaanSidangMunaqasyah

Di

Hari/Tanggal

Pukul

Hasil/Nilai

: Padangsidimpuan

: Rabu/ 24 Januari 2024

: 10:30 WIB – 12.00 WIB

: Lulus / 74,25 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH DANA PIHAK KETIGA PEMBIAYAAN DAN NILAI PERUSAHAAN TERHADAP *MARKET SHARE* PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK**

NAMA : **YOSI EVA WAHYUNI**

NIM : **18 401 00139**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 28 Februari 2024
Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Yosi Eva Wahyuni
NIM : 18 401 00139
Judul Skripsi: Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana sebenarnya pengaruh Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan terhadap *Marketshare*. Kemudian penelitian ini bermula dari sebuah permasalahan di mana meskipun kinerja pembiayaan, nilai perusahaan, dan dana pihak ketiga (DPK) mengalami peningkatan, namun tidak diimbangi dengan pertumbuhan pangsa pasar Bank Muamalat Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *Marketshare* Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan data sekunder. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Terdapat pengaruh dana pihak ketiga terhadap *mMarketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Tidak terdapat pengaruh pembiayaan terhadap *Marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Terdapat pengaruh nilai perusahaan terhadap *marketshare* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk . Terdapat pengaruh Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan, dan Nilai Perusahaan secara simultan terhadap *Marketshare* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga dan Nilai Perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Marketshare*, sementara Pembiayaan tidak memiliki pengaruh. Secara simultan, ketiga tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Kata Kunci: DPK, *Marketshare*, Nilai Perusahaan, Pembiayaan.

ABSTRACT

Nama : Yosi Eva Wahyuni

Reg. Number : 18 401 00139

Thesis Title : The Effect of Third Party Financing Funds and Company Value on *Marketshare* at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

This study discusses how the actual influence of third party funds, financing and company value on *market share*. Then this research started from a problem where although the performance of financing, company value, and third party funds (DPK) increased, it was not offset by the growth of Bank Muamalat Indonesia's market share. The purpose of this study is to determine whether third party funds, financing and company value have a simultaneous and partial effect on the *marketshare* of Bank Muamalat Indonesia, Tbk. This research method uses quantitative research, data sources used secondary data, data collection techniques are by using descriptive statistical tests, normality tests, classical asumi tests, coefficient of determination analysis and hypothesis tests. There is an influence of third party funds on *the market share* at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk partially, There is no influence of variable financing on *market share* at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk partially, There is a variable influence of company value on *marketshare* At PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk partially, There is a simultaneous influence of Third Party Funds, Financing, and Company Value on *Marketshare* at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. The results showed that third-party fund variables and company value had a partial influence on *market share*, while financing variables had no partial influence. Simultaneously, these three variables have a significant influence on the *marketshare* of PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Keywords: DPK, *Marketshare*, Company Value, Financing.

خلاصة

الاسم : **يوسي إيفا وهيوني**
رقم التسجيل : **١٨٤٠١٠٠١٣٩**
عنوان الرسالة : **تأثير صناديق تمويل الطرف الثالث وقيمة الشركة على الحصة السوقية في بنك معاملات إندونيسيا**

هذا البحث مدفوع بظاهرة أداء *الحصة السوقية* وقيمة الشركة والودائع في سنوات معينة. على الرغم من وجود زيادة في حصة السوق في سنوات معينة ، إلا أنها لا تكون مصحوبة دائما بزيادة في قيمة الشركة أو أموال الطرف الثالث. الغرض من هذه الدراسة هو معرفة ما إذا كانت أموال الطرف الثالث والتمويل وقيمة الشركة لها تأثير متزامن وجزئي على الحصة السوقية لبنك معاملات ، تستخدم طريقة البحث هذه البحث الكمي ، وتستخدم مصادر البيانات بيانات ثانوية ، وتقنيات جمع البيانات من خلال البيانات المالية الصادرة عن بنك معاملات، تحليل البيانات المستخدم هو تحليل الانحدار الخطي المتعدد. استنادا إلى نتائج معالجة البيانات من دراسة بعنوان "العوامل المؤثرة على هامش الربح الصافي في بنك معاملات ، إندونيسيا ، يمكن استنتاجها. هناك تأثير متغير لأموال الطرف الثالث على حصة السوق في بنك معاملات ، إندونيسيا جزئيا ، لا يوجد تأثير للتمويل المتغير على حصة السوق في بنك معاملات، إندونيسيا جزئيا ، هناك تأثير متغير لقيمة الشركة على حصة السوق في بنك معاملات ، إندونيسيا جزئيا ، هناك تأثير متزامن لأموال الطرف الثالث والتمويل وقيمة الشركة على حصة السوق في بنك معاملات ، إندونيسيا. تظهر الأبحاث أن متغيرات صندوق الطرف الثالث وقيمة الشركة لها تأثير جزئي على حصة السوق ، في حين أن متغيرات التمويل ليس لها تأثير جزئي. في الوقت نفسه ، هذه المتغيرات الثلاثة لها تأثير كبير على حصة السوق من بنك معاملات ، إندونيسيا.

الكلمات المفتاحية: *أموال الطرف الثالث ، التمويل ، قيمة الشركة ، الحصة السوقية*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.”** Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwannuddin Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil

Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Ibu Rukiah S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary .

3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A., Ketua Jurusan Perusahaan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku pembimbing I dan Bapak Samsuddin Muhammad, S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah ikhlas memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta yaitu kepada Ibunda Marwati Siregar yang selalu berkorban dan berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Dan terima kasih kepada adik-adik saya Yulfah Fadilla Tanjung, Yara Marshanda Tanjung dan Saudara Dicky Andrea Fani Matondang yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teruntuk kawan-kawan terdekat saya Mutiah Sari, Rina Eviana Nasution, Lusi Anggraini Hamzah, Alda Riswanti Bugis, Nandika Anjani Panggabean,

Anggia Windari kawan seperjuangan yang selalu menyemangati saya dan yang turut berpartisipasi sekaligus membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

8. Kepada teman sekelas PS 4 yang sudah menemani saya selama kurang lebih 4 tahun terakhir ini dalam masa perkuliahan sampai sekarang membrikan dukungan semangat dan motivasi bagi saya mencapai gelar sarjana.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penelitian ilmiah ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Januari 2024
Peneliti,

Yosi Eva Wahyuni
NIM. 18 401 00139

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tandasekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf lain.

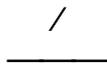
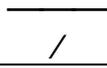
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā`	b	Be
ت	tā`	t	te
ث	sā	ś	es (dengan titik di atasnya)
ج	jīm	j	je
ح	hā`	h	ha(dengan titik di bawahnya)
خ	khā`	kh	ka dan kha
د	dal	d	de
ذ	zal	ž	zet (dengan titik di atasnya)
ر	rā`	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawahnya)
ض	dād	d	de (dengan titik di bawahnya)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawahnya)
ظ	zā`	z	zet (dengan titik di bawahnya)
ع	‘ain	...‘...	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fā`	f	ef

ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāwu	w	we
هـ	hā`	h	ha
ء	hamzah	'	<i>apostrof</i> , tetapi lambing ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā`	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	a	a
	Kasrah	i	i
	Dammah	u	u

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah dan Ya	ai	a dan i
	Fathah dan wau	au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....ئ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ.....ئ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و.....ؤ	Dammah dan Wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutahhidup yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah/h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti oleh hurufsyamsiah ditransliterasikan sesuai

dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandangitu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara; bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf

awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan, *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*, Cetakan Kelima, 2003. Jakarta: Proyek Pengajian dan pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Definisi Operasional Variabel	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	15
1. <i>Market Share</i>	15
a. Pengertian <i>Market Share</i>	15
b. Klasifikasi Target <i>Market share</i>	16
c. Karakteristik <i>Market Share</i>	19
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Market Share</i> Bank Syariah.....	20
2. Nilai Perusahaan	22
a. Pengertian Nilai Perusahaan.....	22
b. Pengukuran Nilai Perusahaan.....	22
c. Ukuran Perusahaan.....	24
d. Leverage	24
e. Profitabilitas	25
f. Kebijakan Dividen.....	25
g. Corporate Social Responsibility	26
h. Good Corporate Governance.....	26
3. Dana Pihak Ketiga (DPK)	27
a. Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)	27
b. Jenis-Jenis Dana Pihak Ketiga (DPK).....	28
4. Pembiayaan Bank Syariah	29
a. Pengertian Pembiayaan Bank Syariah.....	29
b. Pembiayaan Modal Kerja Syariah.....	30
c. Pembiayaan Konsumtif	30

5. Penelitian Terdahulu.....	31
6. Kerangka Pikir.....	35
7. Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	37
1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
2. Jenis Penelitian	37
3. Populasi dan Sampel.....	38
a. Populasi	38
b. Sampel	38
4. Teknik Analisis Data	39
a. Uji Statistik Deskriptif.....	39
b. Uji Normalitas	39
c. Uji Asumsi Klasik	40
1) Uji Multikolinearitas	40
2) Uji Heterokedastisitas	40
3) Uji Autokorelasi	41
d. Analisis Koefisien Determinasi.....	41
e. Uji Hipotesis.....	42
1) Uji Statistik t.....	42
2) Uji Simultan (Uji F)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat, Indonesia Tbk.....	44
1. Sejarah PT. Bank Muamalat, Indonesia Tbk.....	44
2. Visi Dan Misi Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	46
a. Visi	46
b. Misi.....	46
3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia, Tbk	46
4. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia, Tbk	48
B. Deskripsi Data Penelitian	51
1. Deskripsi Data <i>Marketshare</i> Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	51
2. Deskripsi Data Nilai Perusahaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	52
3. Deskripsi Data DPK Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	53
4. Deskripsi Data Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk	55
C. Analisis Data	56
1. Uji Statistik Deskriptif.....	56
2. Hasil Uji Normalitas	57
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
a. Hasil Uji Multikolinearitas	57
b. Hasil Uji Heterokedastisitas	58
c. Hasil Uji Autokorelasi.....	59
d. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	60
e. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4. Uji Hipotesis	62
a. Uji Statistik t.....	62
b. Uji Statistik F.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	64

1. Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap <i>Marketshare</i>	64
2. Pengaruh Pembiayaan Terhadap <i>Marketshare</i>	65
3. Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap <i>Marketshare</i>	67
4. Pengaruh DPK, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan terhadap <i>Marketshare</i> secara Simultan.....	69
E. Keterbatasan Penelitian	69
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Implikasi Hasil Penelitian	71
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Market Share</i> , Nilai Perusahaan, DPK dan Pembiayaan	8
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel IV.1 Uji Statistik Deskriptif	56
Tabel IV.2 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel IV.3 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel IV.4 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58
Tabel IV.5 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel IV.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	60
Tabel IV.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel IV.8 Hasil Uji Statistik t.....	62
Tabel IV.9 Hasil Uji Statistik F.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Kerangka Pikir	35
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Bank Muamalat, Tbk	47
Gambar IV.1 <i>Marketshare</i> Bank Muamalat, Tbk	52
Gambar IV.2 Nilai Perusahaan Bank Muamalat, Tbk	53
Gambar IV.3 Grafik DPK Bank Muamalat, Tbk	54
Gambar IV.4 Grafik Pembiayaan Bank Muamalat, Tbk.....	55

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan pada dasarnya berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain.¹ Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan dua gerakan *renaissance* Islam modern: *neorevivalis* dan modernis. Tujuan utama pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupannya berlandaskan al-Qur'an dan as-Sunnah. Bank syariah dalam operasionalnya memberikan kredit dan jasa perbankan lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang dengan berdasarkan prinsip agama Islam atau pun prinsip syariah.²

Kuangan syariah di Indonesia dinilai masih rendah jika dibandingkan dengan Negara tetangga seperti Malaysia. Itu terbukti dari market share keuangan syariah yang baru menyentuh angka 4,5%. Padahal potensi market syariah di Indonesia sangatlah besar. Bahkan Otoritas Jasa Keuangan sangat optimis jika pada tahun mendatang market share syariah Indonesia bisa berada di angka 20%. Lembaga keuangan harus bisa menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah lembaga keuangan khususnya perbankan harus bisa memberikan nilai tambah kepada masyarakat, jangan sampai jadi beban orang

¹ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 29.

² Soemitra, hlm. 29.

karena mahal. Tidak hanya itu, perbankan syariah juga harus bisa memberikan produk - produk yang kompetitif dengan bank-bank konvensional.³

Pelopop bank syariah di Indonesia adalah Bank Muamalat, Tbk Indonesia yang berdiri pada tahun 1991 bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Dukungan terhadap perbankan syariah semakin kuat dengan lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan, telah memungkinkan Bank Syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS).⁴

Market share merupakan salah satu bagian pasar yang dikuasai oleh seluruh potensi penjual yang dapat dilihat dalam bentuk persentase. Bentuk pengukuran perhitungan pangsa pasar (*market share*) yaitu dengan menghitung data total aset bank syariah dan total aset perbankan nasional Indonesia. Pangsa pasar dalam praktik bisnis sangat penting, karena perusahaan dengan nilai pangsa pasar yang lebih baik juga akan diuntungkan dengan penjualan produk yang baik pula.⁵

Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya masing-masing, dan ukurannya bervariasi dari 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Menurut literatur neoklasik, landasan posisi pasar perusahaan adalah pangsa pasarnya. Pangsa pasar dalam praktik bisnis merupakan tujuan atau motivasi

³ Kasmir, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 16.

⁴ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

⁵ Ani Pinayani, *Menganalisis Potensi Pasar* (Bandung: Lembaga Penelitian Pendidikan Universitas Indonesia, 2004), hlm. 27.

suatu perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih besar akan menikmati keuntungan serta penjualan produk dan pertumbuhan pangsa pasar. Peran pangsa pasar merupakan sumber keuntungan bagi perusahaan.⁶ Tingkat kekuatan pangsa pasar biasanya terlihat ketika pangsa pasar mencapai 15 persen. Pada tingkat yang lebih tinggi, yaitu 25% sampai 30%, tingkat monopoli menjadi signifikan, dan pada 40% sampai 50% biasanya memberikan banyak kekuatan pasar. Sebaliknya, jika pangsa pasar kecil, berarti perusahaan tidak mampu bersaing di bawah tekanan persaingan.⁷

Menurut Adiwarmman Karim menjelaskan bahwa:

“Merupakan lembaga intermediasi keuangan yang melaksanakan kegiatan operasionalnya ialah dengan menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat melalui pembiayaan. Dana yang di himpun dari masyarakat biasanya disimpan dalam bentuk giro, tabungan dan deposito baik dengan prinsip wadiah maupun prinsip mudharabah. Sedangkan penyaluran dana dilakukan oleh bank syariah melalui pembiayaan dengan empat pola penyaluran yaitu prinsip jual beli, prinsip bagi hasil, prinsip ujroh dan akad pelengkap”.⁸

Selain itu pendapat dari Fahmi Khan mengatakan jika bank syariah sangat bergantung kepada kepada pembiayaan berbasis *mark up (murabahah)*. Dimana *profit sharing* justru menjadi mode yang tidak populer di kebanyakan perbankan syariah. Penyimpangan dari teori ini menimbulkan keraguan bahwa konsep Islam mengenai penetapan harga modal dan nilai waktu dari sumber daya tidak begitu berbeda dengan apa yang terkandung di dalam konsep bunga.⁹

⁶ W.K. Jaya, *Ekonomi Industri* (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 35.

⁷ Jaya, hlm. 36.

⁸ Adiwarmman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, ed. by 4 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 191.

⁹ Fahmi Khan, *Essay in Islamic Economics*, Terj. Suhe (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 98.

Ismail menjelaskan terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *market share* diantaranya adalah:¹⁰

1. Dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat luas merupakan sumber dana terpenting bagi operasional dalam meningkatkan *market share* bank tersebut. Menurut Ismail, dana pihak ketiga biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat dalam arti luas, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha. Dalam melihat Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan salah satu komponen yang bisa membuat penyaluran dana meningkat dan akan berdampak langsung terhadap peningkatan *market share* perbankan. Sumber dana pihak ketiga atau dana yang berasal dari masyarakat luas merupakan dana terpenting bagi kegiatan operasi suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dan meningkatkan *market share* nya melalui sumber dana masyarakat ini. Banyaknya dana masyarakat yang dihimpun juga mengindikasikan jika masyarakat percaya terhadap bank tersebut.
2. Pembiayaan merupakan bagian dari produk penyaluran dana pada bank syariah. Pada pembiayaan bank syariah, terdapat pembiayaan modal kerja yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pengembangan usaha nasabah, dan pembiayaan konsumsi yang ditujukan untuk pembiayaan konsumtif. Semakin tinggi tingkat pembiayaan yang disalurkan bank syariah kepada nasabah, pembiayaan ini dapat diukur melalui *financing to deposit ratio*

¹⁰ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori menuju Aplikasi* (Jakarta: Prenadamedia, 2016), hlm. 43.

(FDR) untuk mengukur jumlah *financing* yang telah diberi terhadap jumlah dana dan modal yang dimiliki. Hasilnya dapat digunakan sebagai indikator kemampuan perbankan dalam membayar kembali penarikan yang akan dilakukan nasabah. Maka akan semakin tinggi kemungkinan laba yang akan diperoleh dan akan berdampak secara langsung terhadap *market share*.

Dari penjelasan diatas, Ismail menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *market share* diantaranya adalah dana pihak ketiga (DPK) teori ini didukung beberapa penelitian terdahulu yang menggambarkan bagaimana hubungan antara dana pihak ketiga dengan *market share* seperti penelitian terdahulu yang menunjukkan DPK berpengaruh positif signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia.¹¹ Kemudian penelitian dari Erwin Saputra “dana pihak ketiga (DPK) dan jumlah kantor berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap *market share*”.¹² Dan yang terakhir adalah penelitian dari Indah dan Esy menunjukkan jika hasil penelitian ini menyatakan bahwa “DPK (Dana Pihak Ketiga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share*”.¹³

Selain itu Ismail menyebutkan jika faktor yang kedua dalam mempengaruhi *market share* adalah pembiayaan teori ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang menggambarkan bagaimana hubungan

¹¹ Ihsan Baik, ‘Pengaruh Non Performing Financing (Npf), Return On Assets (Roa), Dana Pihak Ketiga (Dpk) Dan Jumlah Kantor Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Periode 2012-2016)’ (UIN Syarif Hidayatullah), hlm. 4.

¹² Erwin Saputra Siregar, ‘Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Nilai Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia’ (UIN Syarif Hidayatullah, 2019), hlm. 5.

¹³ Indah Sari and Nur Aisyah, ‘Pengaruh FDR, PSR, Zakat Performance Ratio, Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Market Share Dengan ROA Sebagai Variabel Mediasi’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.03 (2022), 2765–77 (hlm. 10).

antara pembiayaan dengan *market share* seperti penelitian yang dilakukan oleh Bambang Saputra yang menunjukkan hasil bahwa “pembiayaan berpengaruh positif signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia”.¹⁴ Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Andi Nurul Fajri yang mengatakan jika “pembiayaan modal kerja dapat mempengaruhi *market share* secara signifikan pada perbankan di Indonesia”.¹⁵ Serta yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Rony Ramadhan Putra yang menjelaskan di dalam hasil penelitiannya jika “pembiayaan *musyarakah* memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia”.¹⁶

Berdasarkan pengertian, teori dan penelitian terdahulu diatas menggambarkan bagaimana sebenarnya hubungan antara dana pihak ketiga (DPK) dan juga pembiayaan terhadap *market share*. Dimana dapat diketahui jika salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *market share* adalah dana pihak ketiga (DPK) dan juga pembiayaan hal ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang menggambarkan jika terdapat hubungan yang positif antara dana pihak ketiga (DPK) terhadap *market share*, artinya jika dana pihak ketiga (DPK) naik maka *market share* perbankan syariah ikut naik. Begitu juga dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyebutkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pembiayaan mempengaruhi *market share*, artinya jika pembiayaan naik maka *market share* perbankan syariah ikut naik.

¹⁴ Saputra, Bambang. "Faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi market share perbankan syariah di Indonesia." *Akuntabilitas 7.2* (2014): 123-131, hlm. 123.

¹⁵ Andi Nurul Fajri, 'Pengaruh Optimalisasi Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia' (IAIN Palopo, 2022), hlm. 1.

¹⁶ Rony Ramadhan Putra, 'Pengaruh Jenis-Jenis Akad Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018' (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020), hlm. 100.

Adapun beberapa penelitian lain menyebutkan jika nilai perusahaan mempengaruhi *market share* diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Stacia dan Septemberarti yang mengatakan jika “variabel *market share* signifikan terhadap nilai perusahaan”.¹⁷ Dari penelitian dapat diketahui jika di dalam penelitian menggunakan *market share* sebagai variabel yang mempengaruhi atau sebagai variabel bebas terhadap nilai perusahaan. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Gabriela dan Septemberarti menyebutkan jika “*market share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Market share* yang besar akan menunjukkan bahwa perusahaan semakin dominan didalam industrinya”.¹⁸ Pada penelitian juga menggunakan variabel *market share* sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan. Tetapi lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Refan dan Stella mengatakan jika “kinerja perusahaan dan nilai perusahaan berpengaruh terhadap *market share*, sedangkan *leverage* dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *stock return*”.¹⁹ Pada penelitian dapat diketahui jika *market share* sebagai variabel terikat atau disebut juga sebagai variabel dependen di dalam penelitian yang ia buat.

Dari penjelasan mengenai dana pihak ketiga (DPK), pembiayaan dan nilai perusahaan di dalam penelitian ini maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi luasnya *market share* perbankan syariah dapat dilihat dari

¹⁷ Evelyn Stacia and Juniarti, ‘Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Sektor Pertambangan’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 3.1 (2015), 81–90 (hlm. 88).

¹⁸ Gabriela Natalia Lay and Juniarti, ‘Pengaruh Pnegungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Grosir’, *Business Accounting Review*, 3.2 (2015), 141–50 (hlm. 147).

¹⁹ REFAN LEONARDO WISUTA and STELLA STELLA, ‘PENGARUH MARKET SIZE, KINERJA PERUSAHAAN, NILAI PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KESEMPATAN BERTUMBUH TERHADAP STOCK RETURN’, *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19.2 (2018), 243–50 (hlm. 243) <<https://doi.org/10.34208/jba.v19i2.276>>.

penerimaan dana pihak ketiga (DPK) dan juga penyaluran pembiayaan kepada masyarakat yang mengalami kekurangan dana, dan sebagai faktor yang memperkuat luasnya *market share* adalah variabel nilai perusahaan, hal ini disebabkan penempatan variabel nilai perusahaan yang tidak konsisten pada penelitian terdahulu baik itu menjadi variabel yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh *market share*. Sehingga dapat disimpulkan jika dana pihak ketiga naik (DPK) maka *market share* akan ikut naik, begitu juga dengan variabel pembiayaan dimana semakin banyak pembiayaan yang disalurkan maka *market share* juga akan ikut meningkat.

Adapun fenomena mengenai *market share* Bank Muamalat Indonesia Tbk sejak tahun 2010 hingga tahun 2021 adalah sebagai berikut:

Tabel I.1 Market Share, Nilai Perusahaan, DPK dan Pembiayaan

Tahun	<i>Market share</i> (Persen)	Nilai Perusahaan (Satuan)	Dana Pihak Ketiga (Milyar Rupiah)	Pembiayaan (Milyar Rupiah)
2015	2,2%	0,05	45.077,65	40.734,75
2016	20,7%	0,22	40.000,01	41.000,92
2017	8,2%	0,21	41.000,28	48.000,68
2018	9,8%	0,21	45.000,63	33.000,55
2019	0,5%	0,25	40.000,35	29.000,87
2020	0,4%	0,24	41.000,42	29.000,08
2021	0,5%	0,47	46.000,87	18.000,04

Sumber: Annual Report BMI (Bank Muamalat, Tbk Indonesia)

Pada tabel I.1 di atas dapat diketahui jika *market share* PT. Bank Muamalat, Tbk Indonesia mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2016 *market share* juga mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu 20,7 persen tetapi tidak diikuti dengan DPK yang justru turun ke angka Rp. 40.000,00 (Milyar Rupiah). Pada tahun 2020 DPK justru mengalami kenaikan menjadi Rp. 41.000,00 (Milyar Rupiah) dari tahun sebelumnya Rp. 40.000,00 (Milyar Rupiah) dan

pembiayaan tetap stagnan di angka Rp. 29.000,00 (Milyar Rupiah) terlebih seperti diketahui jika pada tahun 2020 terjadi pembatasan sosial dimana banyak perusahaan banyak mengalami kebangkrutan dan berkurangnya konsumen.

Berdasarkan data yang dipaparkan di atas seharusnya Bank Muamalat Indonesia, Tbk mampu untuk memasuki daerah-daerah terpencil di Indonesia sehingga *market share* dapat meningkat selain itu memunculkan jenis produk pembiayaan yang baru akan menarik minat nasabah melakukan pembiayaan di Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dalam meningkatkan *market share* tentunya banyak tantangan yang harus dialalui oleh Bank Muamalat Indonesia, Tbk diantaranya adalah produk yang kompetitif dengan produk dari perbankan konvensional. Untuk mewujudkan produk yang kompetitif tersebut antara lain dengan pengembangan teknologi gadget untuk transaksi keuangan dan masuk ke daerah terpencil di Indonesia, karena pasar di daerah terpencil sangatlah besar dan kebanyakan belum mengenal jenis - jenis keuangan. Sehingga, untuk menghadapi tantangan dalam meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia, dibutuhkan penelitian tentang variabel apa saja yang berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Berdasarkan data tersebut, maka terlihat beberapa fenomena yang menarik untuk diteliti dan dianalisis mengenai pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Market Share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan dan masukan bagi stockholder dan stakeholder bank syariah di Indonesia. Peneliti tertarik untuk melakukan kajian atau penelitian tentang fenomena yang terjadi, karena itu peneliti tertarik dalam melakukan penelitian

denga judul “**Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap *Market share* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pada tahun 2013 dimana *market share* sebesar 61,6 persen yang merupakan *market share* tertinggi tapi tidak diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan yang justru stagnan di angka 0,23.
2. Pada tahun 2016 *market share* juga mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu 20,7 persen tetapi tidak diikuti dengan DPK yang justru turun ke angka Rp. 40.000,00 (Milyar Rupiah).
3. Tahun 2020 DPK justru mengalami kenaikan menjadi Rp. 41.000,00 (Milyar Rupiah) dari tahun sebelumnya Rp. 40.000,00 (Milyar Rupiah) dan pembiayaan tetap stagnan di angka Rp. 29.000,00 (Milyar Rupiah).

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti memberikan batasan permasalahan agar dalam pembahasan penelitian dapat mencapai sasaran yang diharapkan adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya membahas pada faktor yang mempengaruhi *market share* yaitu dana pihak ketiga (DPK) pembiayaan dan nilai perusahaan sebagai variabel independen. Data yang diteliti dalam penelitian diperoleh melalui laporan keuangan Bank Muamalat, Tbk Indonesia tahun 2010 hingga 2021.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu proses mendefinisikan *variabel* dengan tegas, agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional *variabel* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
<i>Market share</i> (Y)	<i>Market share</i> dapat diartikan sebagai bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau persentase penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.	$M = \frac{\text{Pendapatan Industri}}{\text{Pendapatan Total Industri}}$	Rasio
Dana Pihak Ketiga (X1)	Dana pihak ketiga adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan bentuk lainnya	Data laporan keuangan Bank Muamalat, Tbk Indonesia yang memuat jumlah dana pihak ketiga.	Rasio
Pembiayaan (X2)	Pembiayaan merupakan dukungan pendanaan untuk kebutuhan atau pengadaan barang dan jasa tertentu yang mekanisme umumnya melibatkan tiga pihak yaitu pihak pemberi pendanaan, pihak penyediaan barang dan jasa tertentu, dan pihak yang memanfaatkan barang dan jasa tertentu.	Data laporan keuangan Bank Muamalat, Tbk Indonesia yang memuat jumlah pembiayaan.	Rasio
Nilai Perusahaan (X3)	Nilai perusahaan merupakan salah satu karakteristik, fitur kinerja dan kelebihan dari setiap aspek barang dan jasa yang terhadapnya pelanggan bersedia memberikan sumber dayanya.	$\text{Tobin's } Q = \frac{EMV + DEBT}{TA}$	Rasio

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah dana pihak ketiga berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia?
2. Apakah pembiayaan berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia?
3. Apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk?
4. Apakah dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah dana pihak ketiga berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk.
2. Untuk mengetahui apakah pembiayaan berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk.
3. Untuk mengetahui apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk.
4. Untuk mengetahui apakah dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *market share* Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti, penelitian ini salah satu kesempatan bagi peneliti untuk bisa menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat waktu duduk di bangku kuliah dan dapat menambah wawasan keilmuan tentang perbankan syariah.

2. Bagi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Dan berguna juga bagi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary terutama pada jurusan perbankan syariah dan peneliti lainnya, bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk melakukan penelitian baik untuk lanjutan maupun ulangan untuk melihat bagaimana sebenarnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *market share* terutama pada perbankan syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mengumpulkan data gambaran secara ringkas mengenai proposal ini, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan dengan rincian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II: Landasan Teori yang terdiri atas kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, Jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil analisis data penelitian dan pembahasan penelitian, secara umum seluruh pembahasan, sub pembahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik yang sudah dicantumkan dalam bab III sehingga diperoleh hasil analisa yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisa data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Market Share*

a. *Pengertian Market Share*

Pangsa pasar (*market share*) adalah selisih angka permintaan barang dan jasa diminta dengan barang dan jasa yang ditawarkan. Jika pangsa pasar terus meningkat hingga lima tahun dan mencapai 40 persen, artinya bisnis yang dijalankan memiliki prospek usaha dan kemajuan perusahaan yang cukup baik dan memiliki pangsa pasar yang kuat.¹ Pemimpin pasar dapat meningkatkan labanya dengan cara meningkatkan *market share* (pangsa pasar).

Di banyak pasar, satu poin pangsa pasar bernilai puluhan juta dolar. Tetapi, perusahaan juga tidak boleh beranggapan jika mengalami peningkatan pangsa pasar yang tinggi berarti akan memperbaiki profitabilitas perusahaan tersebut terutama pada perusahaan jasa yang intensif biayanya tidak banyak mengalami skala ekonomi. Pangsa pasar akan sangat bergantung kepada strategi perusahaan itu sendiri, Karena membeli biaya pangsa pasar yang lebih besar itu mungkin melebihi nilai pendapatannya, perusahaan harus mempertimbangkan tiga hal sebelum mengejar peningkatan pangsa pasar, yaitu kemungkinan timbulnya

¹ Pinayani, hlm. 27.

tindakan anti monopoli, biaya ekonomi, dan melakukan bauran pemasaran yang keliru.²

b. Klasifikasi Target *Market share*

Market share dapat diklasifikasikan menurut peran yang dimainkan pada target *market* yang ukurannya adalah pangsa pasar (*market share*), yang terdiri dari *market leader*, *market challenger*, *market follower*, *market nicher*. Untuk lebih jelasnya mengenai klasifikasi target *market share* adalah sebagai berikut:³

1) *Market Leader*

Market leader adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar sebesar 40 persen. Strategi bank *market leader* untuk bertahan sebagai bank nomor satu bank dituntut untuk melakukan tindakan di tiga bidang, yaitu:

- a) Memperluas pasar secara keseluruhan;
- b) Mempertahankan pangsa pasar (*market share*), yaitu strategi perusahaan *market leader* mempertahankan *market share*-nya dari serangan pesaing; dan
- c) Memperluas pangsa pasar (*market share*).

2) *Market Challenger* (Penantang Pasar)

Market challenger (penantang pasar) merupakan bank yang memiliki rangking kedua dalam perolehan pangsa pasar (sebanyak 30

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (Klaten: Macanan Jaya Cemerlang, 2012), hlm. 327.

³ Hery Susanto Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 336.

persen *market share*). Mereka selalu menyerang market leader. Strategi pemasaran penantang pasar. Adapun strategi yang dilakukan oleh *market challenger* adalah sebagai berikut:

- a) Penyerangan frontal, adalah dengan menyamakan jenis produk, harga, iklan, dan saluran distribusi bank *market leader*, dengan melakukan ekspansi terhadap wilayah utama penyerang. Sehingga bank dapat menarik beberapa pasukan untuk mempertahankan wilayah yang dikuasainya.
- b) Penyerangan rusuk, adalah dengan menyerang dimensi geografisnya seranagan rusuk juga berkaitan dan deganan dimensi segmental. Serang rusuk ini adalah strategi penyerangan penantang pasar dengan cara menguasai wilayah musuh yang cukup lemah. Sedangkan serangan rusuk dimensi segmental adalah dengan cara melakukan identifikasi pergeseran sgmentasi pasar yang dapat menyebabkan celah pasar semakin berembang, melalui celah inilah penantang pasar akan mencari segmentasi pasar yang kuat dan mengembangkannya.
- c) Serangan menghindar (*baypass attack*), adalah serngan dengan melakukan penyerangan pada pasar yang lebih mudah dan memperluas sumber daya yang dimiliki.
- d) Strategi penyerangan khusus. Ada lima pendekatan strategi penyerangan khusus, yaitu strategi potongan administrasi, strategi administrasi yang lebih murah, strategi inovasi produk, strategi

inovasi distribusi, strategi pengurangan biaya produksi, dan strategi periklanan intensif.

3) *Market Follower* (Pengikut Pasar)

Market follower (pengikut pasar) adalah bank dengan pangsa pasar hanya sebesar 20 persen. Walaupun pada dasarnya mereka mengikuti pola pemasaran yang dilakukan oleh *marketleader*. *Market follower* tidak mempunyai strategi. Pengikut pasar harus mengetahui cara mempertahankan pelanggan yang ada dan memenangkan pelanggan baru. Setiap bank *market follower*, harus menonjolkan keunggulan (baik dalam lokasi, pelayanan, pembiayaan, pembiayaan yang rendah. Strategi *market follower* yaitu pemalsu, pengklon, peniru, dan pengadaptasi.⁴

4) *Market Niche* (Pengisi Relung/Celah Pasar)

Market niche adalah bank yang hanya mengisi relung pasar atau celah-celah pasar yang tidak dimasuki oleh *marketleader*. Strategi yang dilakukan oleh *market niche* adalah dengan melakukan spesialisasi, adapun peran yang dimasuki oleh *market niche* adalah:

- a) Spesialisasi pemakai akhir, yaitu bank *market niche* mengkhususkan diri untuk melayani satu jenis pemakai akhir atau ke segmen pasar tertentu.
- b) Spesialisasi level vertikal, yaitu bank *market niche* mengkhususkan diri pada satu tingkat dari rantai nilai produksi-distribusi.

⁴ Umam, hlm. 340.

- c) Spesialisasi produk atau *product line* adalah dengan memiliki produk khusus ataupun *product line*.
- d) Spesialisasi saluran distribusi, adalah dengan mengkhususkan perusahaannya menyalurkan satu saluran distribusi saja.
- e) Spesialisasi mutu harga, adalah dengan mengkhususkan mutu produk yang paling tinggi atau paling rendah.
- f) Spesialisasi pelayanan, adalah dengan menawarkan pelayanan yang tidak ditawarkan oleh bank lain.

c. Karakteristik *Market Share*

Menurut Kotler dan Keller (2009), beberapa peneliti mencoba mendefinisikan segmentasi dengan melihat dari beberapa pandangan karakteristik:⁵

- 1) Geografis, segmentasi geografis membagi pasar menjadi beberapa unit geografis, seperti negara, daerah, kota, atau lingkungan. Perusahaan dapat mengoperasikan satu atau beberapa area, atau mengoperasikan semuanya, tetapi tetap memberi perhatian pada variasi lokal.
- 2) Demografis, segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompokkelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, agama, generasi, ras, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Salah satu alasan variabel demografis begitu populer dengan para pemasar adalah bahwa mereka sering dikaitkan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

⁵ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah, Teori Dan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 15.

3) Psikografis, segmentasi psikografis, ilmu pengetahuan psikologi dan demografi untuk lebih memahami konsumen. Pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan psikologis atau karakter kepribadian, gaya hidup, dan nilai-nilai. Orang yang berada dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan profil psikografis yang berbeda.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Market Share* Bank Syariah

Ismail menjelaskan terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *market share* diantaranya adalah:⁶

1. Dana Pihak Ketiga

Dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat luas merupakan sumber dana terpenting bagi operasional bank. Menurut Ismail, dana pihak ketiga biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat dalam arti luas, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha. Dalam melihat Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan salah satu komponen yang bisa membuat penyaluran dana meningkat dan akan berdampak langsung terhadap peningkatan *market share*.

2. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan bagian dari produk penyaluran dana pada bank syariah. Pada pembiayaan bank syariah, terdapat pembiayaan modal kerja yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pengembangan

⁶ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori menuju Aplikasi, Loc., Cit.*

usaha nasabah, dan pembiayaan konsumsi yang ditujukan untuk pembiayaan konsumtif. Semakin tinggi tingkat pembiayaan yang disalurkan bank syariah kepada nasabah, pembiayaan ini dapat diukur melalui *financing to deposit ratio* (FDR) untuk mengukur jumlah *financing* yang telah diberi terhadap jumlah dana dan modal yang dimiliki. Hasilnya dapat digunakan sebagai indikator kemampuan perbankan dalam membayar kembali penarikan yang akan dilakukan nasabah. maka akan semakin tinggi kemungkinan laba yang akan diperoleh dan akan berdampak secara langsung terhadap *market share*.

3. *Return On Total Asset* (ROA)

Return On Assets adalah salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan untuk kemudian diproyeksikan di masa mendatang. *Assets* atau aktiva yang dimaksud merupakan keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Sehingga aktiva besarnya aktiva ini akan berdampak secara langsung terhadap *market share* perusahaan.

4. *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

Capital Adequacy Ratio merupakan rasio kecukupan modal yang berfungsi menampung risiko kerugian yang kemungkinan dihadapi oleh bank. Semakin tinggi CAR maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit/aktiva produktif yang berisiko.

2. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan salah satu karakteristik, fitur kinerja dan kelebihan dari setiap aspek barang dan jasa yang terhadapnya pelanggan bersedia memberikan sumber dayanya.⁷ Nilai perusahaan dapat disebut juga sebagai nilai pasar hutang dan ekuitas perusahaan.⁸ Sehingga dapat disimpulkan jika nilai perusahaan meruakan nilai jual perusahaan dan nilai tumbuh bagi pemegang saham yang tercermin dari harga pasar sahamnya. Nilai perusahaan juga dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum dan jika saham perusahaan mengalami peningkatan.

b. Pengukuran Nilai Perusahaan

Ada banyak rumus yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Tobin's Q, yaitu:

$$Tobin's Q = \frac{EMV+DEBT}{TA}$$

Keterangan:

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

EMV = Jumlah Saham Yang beredar × Harga saham penutupan

DEBT = Total Hutang

TA = Total Nilai Perusahaan

⁷ Robbins HLM. Stephen, *Organizational Behavior* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 288.

⁸ Koewn. dkk Arthur, J, *Manajemen Keuangan: Prinsip Dan Penerapan*, Kesepuluh (Jakarta: Permata Puri Media, 2010), hlm. 35.

Tobin's Q menguraikan bukan hanya pada aspek fundamental saja, tetapi sejauh mana pasar menilai perusahaan dari semua sisi yang dilihat oleh banyak pihak, termasuk investor. Rasio Tobin's Q sebagai indikator kinerja perusahaan lebih baik jika melihat nilai rasio secara tahunan. Adanya perbandingan akan menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang meningkat dari tahun ke tahun sehingga memberikan ekspektasi yang lebih tinggi kepada investor terhadap pertumbuhan investasi perusahaan

Analisis Tobin's $Q < 1$ maka menunjukkan bahwa buku Nilai Perusahaan perusahaan akan lebih besar dari nilai perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan akan menjadi sasaran akuisisi yang cukup menarik bagi investor untuk digabungkan dengan perusahaan lain hal ini disebabkan nilai saham perusahaan tersebut dihargai cukup rendah. Logikanya pembeli perusahaan memperoleh Nilai Perusahaan dengan harga yang lebih murah dibanding jika Nilai Perusahaan tersebut dijual kembali. Sebaliknya bila nilai Tobin's $Q > 1$ menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dibandingkan nilai buku Nilai Perusahaannya, sehingga mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi sehingga nilai perusahaan lebih dari sekedar Nilai Perusahaannya.⁹ Menciptakan nilai perusahaan dapat dilakukan melalui keputusan pendanaan. Keputusan investasi yang cerdas membuat pemegang saham lebih kaya. Maka manajer harus membuat

⁹ Bhekti Fitri Prasetyorini, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.1 (2013), hlm. 186.

keputusan pendanaan yang cerdas untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik.¹⁰

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diyakini mempengaruhi nilai perusahaan, dengan semakin besar atau besar perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mengakses sumber pendanaan internal dan juga eksternal.¹¹ Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Jika total Nilai Perusahaan perusahaan besar, manajemen akan lebih fleksibel dalam menggunakan Nilai Perusahaan perusahaan. Keleluasaan manajemen ini berbanding lurus dengan tingkat kepedulian pemilik terhadap Nilai Perusahaannya. Sejumlah besar Nilai Perusahaan dapat mengurangi nilai perusahaan ketika dilihat dari sudut pandang pemilik perusahaan. Sebaliknya, jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

d. *Leverage*

Rasio *leverage* akan menunjukkan sejauh mana Nilai Perusahaan perusahaan dibiayai dengan hutang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* dapat dipandang sebagai estimator dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Semakin besar *leverage*, semakin besar risiko investasi. Perusahaan harus terlebih dahulu mencari sumber pendanaan internal

¹⁰ Brealey Dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 386.

¹¹ Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Retail Estate', *Jurnal Manajemen Unud*, 5.9 (2016), hlm. 5673.

daripada eksternal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* yang tinggi akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan.

e. Profitabilitas

Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menggunakan total Nilai Perusahaan yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba setelah disesuaikan dengan biaya Nilai Perusahaan tersebut.¹² Rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Berbagai indikator profitabilitas yaitu: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian investasi dan ekuitas pemiliki. Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan dalam menghasilkan keuntungan. Salah satu faktor yang mengindikasikan naiknya nilai perusahaan, yaitu adanya kenaikan laba bersih. Hal ini disebabkan oleh adanya kenaikan laba bersih akan menyebabkan harga saham yang berarti juga adanya kenaikan dalam nilai perusahaan.

f. Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen melibatkan keputusan apakah laba akan dibayarkan sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestasikan kembali di perusahaan.¹³ Kebijakan perusahaan untuk membayar dividen kepada investor merupakan salah satu hal yang cukup penting. Kebijakan Dividen

¹² Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), hlm. 157.

¹³ Agnes Sawir, *Kebijakan Pendanaan Dan Restrukturisasi Perusahaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 137.

membagikan keuntungan yang diperoleh perusahaan kepada investor harus dengan pertimbangan adanya kesempatan.

g. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility adalah sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpihak pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, tetapi juga berpihak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah lingkungan.¹⁴ Nilai suatu perusahaan meningkat jika memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Sebagian besar konsumen akan cenderung pergi meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau pemberitaan negatif. Penerapan CSR akan meningkatkan jumlah investor yang menanamkan modalnya pada saham perusahaan, dan akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dari segi harga saham dan keuntungan perusahaan.

h. *Good Corporate Governance*

Good corporate governance mampu menggambarkan perusahaan dalam kondisi baik. Ciri utama dari lemahnya *good corporate governance* adalah adanya tindakan-tindakan yang mementingkan diri sendiri dengan mengabaikan kepentingan investor. Pengungkapan *good corporate governance* dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.¹⁵ Penerapan mekanisme GCG berupa komite independen, komite audit, kepemilikan

¹⁴ Lela Nurleale Wati, *Model Corporate Social Responsibility* (Jawa Timur: Myria Publisher, 2019), hlm. 1.

¹⁵ Riska Franita, *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan* (Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), hlm. 2.

institusional, dan kepemilikan manajemen akan dapat memantau dan mengendalikan manajemen, sehingga meningkatkan kinerja dan mengurangi konflik.

3. Dana Pihak Ketiga (DPK)

i. Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana pihak ketiga ini merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada pihak bank yang didasarkan kepada perjanjian penyimpanan dana baik itu dalam bentuk giro giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan bentuk lainnya¹⁶ Dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat ini akan menjadi sumber dana bagi bank dalam menjalankan operasionalnya.

Menurut Ismail, dana pihak ketiga biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat dalam arti luas, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha.¹⁷ Hal ini disebabkan dana yang diperoleh dari masyarakat merupakan salah satu sumber dana utama yang dipergunakan oleh bank untuk menjalankan operasionalnya selain itu dana pihak ketiga ini merupakan sumber dana yang cukup mudah untuk dicari dikarenakan persyaratan untuk mendapatkannya juga tidak cukup sulit.¹⁸

¹⁶ Veithzal Rivai Dkk, *Bank Dan Financial Institution Managemen Conventional & Syaria System* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 413.

¹⁷ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Pertama (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 43.

¹⁸ Ismail, hlm. 44.

j. Jenis-Jenis Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dari penjelasan dana pihak ketiga di atas terdapat beberapa jenis dana pihak ketiga yang diperoleh bank dari masyarakat diantaranya:

1) Tabungan

Tabungan merupakan jenis dana pihak ketiga yang diperoleh dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana dimana penarikan dana ini hanya dapat dilakukkn dengan syarat-syarat tertentu. Semua bank juga diperkenankan untuk mengembangkan perusahaanya dari jenis dana pihak ketiga ini dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat tanpa harus adanya persetujuan dari bank sentral (Bank Indonesia).

2) Deposito

Deposito merupakan sistem simpanan berjangka yang dimana penarikannya hanya dapat dilakukan dengan jangka waktu tertentu yang telah disepakati sebelumnya. Dana bank yang bersumber dari deposito merupakan dana yang relatif mahal dibandingkan dengan sumber dana lainnya, misalnya giro atau tabungan. Berbeda dengan giro, dana deposito akan mengendap di bank karena para pemegang (deposan) tertarik dengan tingkat bunga yang ditawarkan oleh bank dan adanya keyakinan bahwa pada saat jatuh tempo (apabila dia tidak ingin memperpanjang) dananya dapat ditarik kembali, seperti deposito berjangka, sertifikat deposito, dan *deposits on call*.

3) Giro

Giro merupakan simpanan dana pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakkn setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro dan

surat perintah pembayaran atau dengan cara pemindahbukuan. Dalam pelaksanaan, giro ditatausahakan oleh bank dalam suatu rekening yang disebut rekening koran. Jenis rekening giro ini dapat berupa rekening atas nama perorangan, rekening atas nama suatu badan usaha/lembaga, rekening bersama/gabungan.

4. Pembiayaan Bank Syariah

k. Pengertian Pembiayaan Bank Syariah

Landasan syariah tentang pembiayaan terdapat dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 28, sebagai berikut:

كَيْفَ تَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَكُنْتُمْ أََمْوَاتًا فَأَحْيَاكُمْ ثُمَّ يُمِيتُكُمْ ثُمَّ يُحْيِيكُمْ ثُمَّ إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ٢٨

Artinya: “*Mengapa kamu kafir kepada Allah, padahal kamu tadinya mati, lalu Allah menghidupkan kamu, kemudian kamu dimatikan dan dihidupkan-Nya kembali, kemudian kepada-Nya-lah kamu dikembalikan*”.

Dalam surat diatas Allah memerintahkan ketika memberikan hutang kepada seseorang sedangkan seseorang tersebut belum bisa membayar hutangnya maka berilah kelapangan waktu untuk membayar hutangnya sampai orang yang berhutang tersebut bisa membayarnya. Dan sesungguhnya memberikan hutang tersebut menyedekahkan semuanya maka menjadi amalan yang lebih baik. Pentingnya sedekah dan tuntunan akan perlunya toleransi terhadap nasabah jika sedang mengalami kesulitan (dalam arti sebenar - benarnya) membayar kewajibannya.

Bank bank Islam pada umumnya menggunakan murabahah sebagai metode utama pembiayaan. Pembiayaan *murabahah* merupakan bentuk pembiayaan berprinsip jual beli yang ada pada dasarnya merupakan

penjualan dengan keuntungan tertentu yang ditambahkan diatas biaya perolehan dimana pelunasannya dapat dilakukan secara tunai maupun angsuran.¹⁹

l. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Secara umum, yang dimaksud dengan Pembiayaan Modal Kerja (PMK) Syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1 tahun dan dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan. Perpanjangan fasilitas PMK dilakukan atas dasar hasil analisis terhadap debitur dan fasilitas pembiayaan secara keseluruhan. Fasilitas PMK dapat diberikan kepada seluruh sektor/subsektor ekonomi yang dinilai prospek, tidak bertentangan dengan syariat Islam dan tidak dilarang oleh ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta yang dinyatakan jenuh oleh Bank Indonesia. Pemberian fasilitas pembiayaan modal kerja kepada debitur/calon debitur dengan tujuan untuk mengeliminasi risiko dan mengoptimalkan keuntungan Bank.²⁰

m. Pembiayaan Konsumtif

Secara definitif, konsumsi adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang maupun jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan usaha. Dengan demikian yang dimaksud pembiayaan konsumtif adalah

¹⁹ Vivi Wulandar Dan Dey Anwar, 'Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia Melalui Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening', *Serambi*, 1.1 (2019), hlm. 35.

²⁰ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: Grafindo Persada, 2008), hlm. 234.

jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan.

Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan Konsumtif dapat dibagi menjadi lima (5) bagian, yaitu:

- 1) Pembiayaan Konsumen Akad Murabahah
- 2) Pembiayaan Konsumen Akad IMBT
- 3) Pembiayaan Konsumen Akad Ijarah
- 4) Pembiayaan Konsumen Akad Istishna
- 5) Pembiayaan Konsumen Akad Qard + Ijarah

5. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Aulia Rahman (2016), Tesis Pascasarjana UIN Sumatera Utara, 2016.	“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah”.	Dalam jangka pendek, BOPO memiliki pengaruh yang dominan terhadap market share bank syariah, dan dalam jangka
2	Bambang Saputra, (Jurnal Akuntabilitas, No. 7, Vol. 2, Tahun 2014).	“Faktor-faktor Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia”.	ROA, CAR, dan FDR berpengaruh positif signifikan terhadap market share bank syariah. Sedangkan NPF dan REO berpengaruh negatif signifikan terhadap market share bank syariah.
3	Dede Rina Nurkhotimah (2017), Skripsi UIN Sunan	“Pengaruh Indikator Keuangan Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan	Secara simultan variabel indikator keuangan yang terdiri dari

	Kalijaga Yogyakarta, 2017.	Syariah Periode 2011-2015”	pendapatan bagi hasil, CAR, jumlah kantor bank, dan jumlah tenaga kerja mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah. Sedangkan secara parsial untuk pendapatan bagi hasil dan jumlah kantor bank adalah berpengaruh positif signifikan. Sementara variabel CAR dan jumlah tenaga kerja berpengaruh negatif signifikan
4.	Erwin Saputra Siregar, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Tahun 2019.	“Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Nilai Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inflasi dan non performing financing (NPF) berpengaruh signifikan negatif, sedangkan dana pihak ketiga (DPK) dan jumlah kantor berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap market share Nilai Perusahaan perbankan syariah di Indonesia.
5.	Nuraini Purboastuti, dkk. (Jurnal JEJAK, Vol. 8, No. 1, tahun 2015)	“Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah”	ROA, NPF, FDR, dan nisbah secara bersama-sama mempengaruhi pangsa pasar perbankan Islam di Indonesia.

6.	Wulandari, Vivin, dan Dedy Anwar. (Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam Vol. 1, No. 2, tahun 2019).	Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Melalui Aset Sebagai Variabel Intervening.	DPK tidak berpengaruh terhadap MS dan PMBY berpengaruh negatif terhadap MS, sehingga apabila PMBY mengalami peningkatan maka MS akan mengalami penurunan.
----	--	--	---

Berdasarkan penelitian tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aulia Rahman sama-sama membahas mengenai faktor yang mempengaruhi *marketshare* dan menggunakan metodologi penelitian kuantitatif deskriptif sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang berbeda, lokasi penelitian Aulia Rahman terletak pada variabel bebas dimana ia menggunakan BOPO sebagai variabel yang mempengaruhi.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Bambang Saputra sama-sama membahas mengenai faktor yang mempengaruhi *marketshare* dimana ia juga menggunakan variabel DPK sebagai variabel bebas kemudian menggunakan metodologi penelitian kuantitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian Bambang Saputra pada Bank Syariah seluruh Indonesia, serta menggunakan variabel CAR dan FDR sebagai variabel yang mempengaruhi.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dede Rina dan Nurkhotimah sama-sama membahas mengenai faktor yang mempengaruhi *marketshare* kemudian menggunakan metodologi penelitian kuantitatif deskriptif.

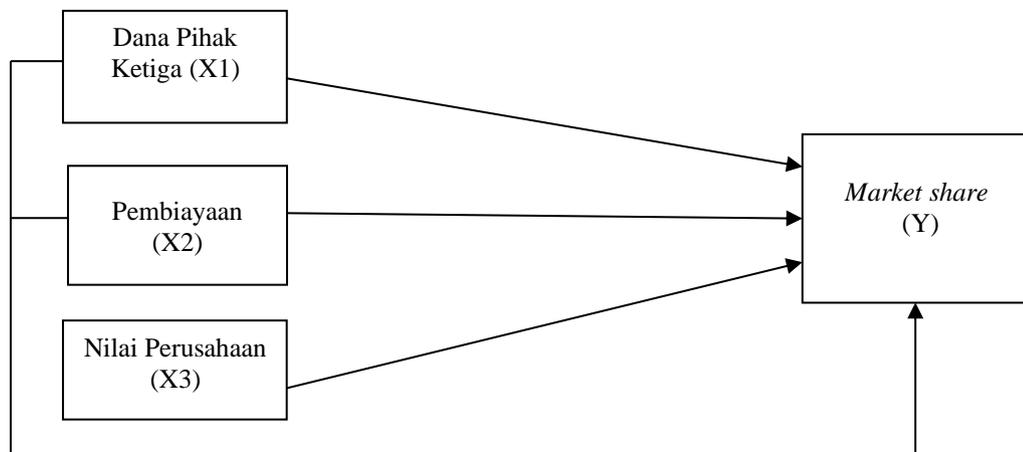
Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel yang mempengaruhi dimana ia menggunakan pendapatan bagi hasil, CAR jumlah kantor bank, dan jumlah tenaga kerja sebagai faktor yang mempengaruhi *marketshare*.

- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Erwin Saputra Siregar sama-sama membahas membahas mengenai faktor yang mempengaruhi *marketshare* dimana ia menggunakan DPK sebagai variabel yang mempengaruhi dengan menggunakan metodologi penelitian kuantitatif deskriptif. sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian Erwin Saputra Siregar yaitu Perbankan Syariah di Indonesia, serta variabel bebas lainnya yang mempengaruhi yaitu NPF dan jumlah kantor cabang.
- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nuraini Purboastuti, dkk. sama-sama membahas mengenai faktor yang mempengaruhi *marketshare* dan menggunakan metodologi penelitian kuantitatif deskriptif sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang berbeda, lokasi penelitian Nuraini Purboastuti, dkk. yaitu pangsa pasar perbankan syariah seluruh Indonesia terletak kemudian pada variabel bebas dimana ia menggunakan ROA, NPF dan FDR sebagai variabel yang mempengaruhi.
- f. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wulandari, Vivin, dan Deky Anwar adalah sama-sama meneliti mengenai apa saja faktor yang mempengaruhi *marketshare*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian Wulandari, Vivin, dan Deky Anwar menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan variabel intervening sementara di dalam penelitian ini tidak menggunakan.

6. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah kerangka konseptual yang digunakan peneliti untuk melihat bagaimana konsep yang dikaitkan dengan berbagai faktor yang dapat diidentifikasi dengan berbagai macam faktor yang penting untuk diteliti. Maka dalam penelitian ini yang menjadi kerangka pikir adalah sebagai berikut:

Gambar IV.1 Kerangka Pikir



7. Hipotesis

Hipotesis adalah pendapatan atau pernyataan atau kesimpulan yang masih kurang atau belum selesai atau masih bersifat sementara. Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap penelitian dimana kebenarannya memerlukan pengujian secara empiris.

H₁: Terdapat pengaruh dana pihak ketiga terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

H₂: Terdapat pengaruh pembiayaan terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

H₃: Terdapat pengaruh nilai perusahaan terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

H₄: Terdapat pengaruh dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan secara simultan terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada laporan keuangan perbankan di seluruh Indonesia melalui situs resmi <https://www.bankmuamalat.co.id> dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2023.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan berupa angka untuk dikelola ataupun bekerja dengan angka dan di analisis, dimana datanya berwujud bilangan. Sehingga data terdiri dari angka-angka dapat di analisis berdasarkan prosedur statistik.¹ Sedangkan penelitian deskriptif termasuk salah satu jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat sebuah fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi saat sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan menyajikannya apa adanya.² Maka sesuai dengan penjelasan di atas bahwa penelitian kuantitatif adalah pengukuran dengan angka maka dalam penelitian ini akan di analisis dengan menggunakan SPSS.

¹ Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 13.

² M. Subana Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), hal. 25.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Bank Muamalat, Tbk Indonesia yang dikeluarkan triwulan mulai dari tahun 2013 hingga tahun 2022 yang berjumlah 40 populasi. Dimana 1 Tahun = 4 Triwulan, $4 \times 10 = 44$ populasi.

b. Sampel

Menurut Sugiyono “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut”.⁴ Menurut Suharsimi Arikunto “jika jumlah populasinya kurang dari 100 maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya”.⁵

Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah sampling jenuh yaitu dengan cara

³ Sugiono, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Manajemen Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 109.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

menentukan sampel bila semua anggota populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Bank Muamalat, Tbk Indonesia yang diambil seluruhnya dan dikeluarkan triwulan mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2021 yang berjumlah 44 sampel. Dimana 1 Tahun = 4 Triwulan, $4 \times 11 = 44$ sampel. Sugiyono dalam bukunya mengatakan tingkat kesalahan yang diperbolehkan ialah 1%, 5%, dan 10%.⁷ Jadi penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 10% atau (0,10), berdasarkan sumber dana, waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis statistik deskriptif dengan tujuan mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Maka dari itu, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

a. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai deskripsi atau data yang terlihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi).

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif R&D*, hlm. 183.

⁷ Sugiyono, *Ohlm. Cit.*, hlm. 124.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.⁸ Uji normalitas dapat ditempuh dengan uji *Kolmogrov Smirnov*. Jika nilai *Probability* > 0,05.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu apakah ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel independen. Sehingga sulit memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.⁹ Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 5 . Maka model regresi tersebut tidak mengandung multikolinearitas.

⁸ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akuntansi* (Bandung: Refika Aditama, 2011), hlm. 92.

⁹ Dedi Rosyadi, *Ekonometrika Dan Analisis Runtun Waktu Terapan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm. 178.

2) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Gletser. Jika signifikansi dari $prob^* < 0,05$ maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Dan apabila nilai signifikansi dari $prob^* > 0,05$ maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.¹⁰

3) Uji Autokorelasi

Auto korelasi yaitu untuk mengetahui adanya masalah auto korelasi pada suatu model regresi. Tetapi uji ada tidak nya autokorelasi yang paling banyak digunakan adalah Uji Durbin Watson. Uji ini dapat digunakan bagi sembarang sampel. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah:¹¹

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil -2 ($DW < -2$).
- 2) Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 ($-2 < DW < +2$).
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW lebih besar +2 ($DW > +2$).

¹⁰ Sunyoto, hlm. 101.

¹¹ Dwi Ratmono Iman Ghazali, *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika* (Diponegoro: Universitas Diponegoro, 2017), hlm. 121.

d. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Maka ketepatan nya dikatakan semakin baik. Dapat dikatakan bahwa variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. *R-Square* digunakan apabila menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan apabila memiliki lebih dari dua variabel independen dan untuk memperoleh model regresi yang baik seharusnya menggunakan *Adjusted R Square*.¹²

e. Uji Hipotesis

1) Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.10 setelah t_{hitung} diperoleh. Ketentuan dalam uji t adalah:

¹² Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹³

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima¹⁴

¹³ Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 95.

¹⁴ Iman Ghozali, hlm. 80.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

1. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (*syariah*). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha- usaha berkategori terlarang (*haram*). Gagasan pendirian bank Muamalat Indonesia, Tbk berawal dari lokarya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan majelis ulama Indonesia pada 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Ide ini berlanjut dalam musyawarah Nasional manjelis ulama Indonesia di hotel sahid jaya Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990 yang diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan bank murni syariah di Indonesia.

Realisasinya dilakukan pada 1 November 1991 yang ditandai dengan penandatanganan akte pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, hotel sahid jaya berdasarkan akte notaris nomor 1 tanggal 1 November yang dibuat Notaris Yudo Paripurn, S.H dengan izin menteri kehakiman nomor c2. 2413. T.01. 01 tanggal 21 Maret 1992/ berita Negeri Republik Indonesia tanggal 28 April 1992 nomor 34. Pada saat penandatanganan akte pendiri ini diperoleh komitmen dari berbagai pihak untuk membeli saham sebanyak Rp. 84 miliar. Kemudian dalam acara silaturahmi pendirian di Istana Bogor diperoleh tambahan dana dari masyarakat Jawa Barat Senilai Rp. 106 miliar sebagai

wujud dukungan mereka. dengan modal awal tersebut dari berdasarkan surat keputusan menteri keuangan RI nomor 1223/Mk.013/1991 Tanggal 5 November 1991 serta izin usaha yang berupa keputusan menteri keuangan Republik Indonesia nomor 430/Kmk. 013/1992 bertepatan dengan 27 Syawal 1412 H. Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia, Tbk mendapatkan kepercayaan dari Bank Indonesia sebagai bank devisa.

Beberapa tahun yang lalu Indonesia dari beberapa di Asia Tenggara pada mengalami krisis moneter yang berpendapat terhadap Perbankan Nasional yang menyebabkan timbulnya kredit macet pada segmen koperasi. Bank Muamalat, Tbk pun ikut terimbas dampak tersebut. Tahun 1998, Angka *Non Performance Financing* Bank Muamalat Indonesia, Tbk sempat mencapai lebih dari 60% perseroan mencatat kerugian sebesar Rp. 105 miliar dan ekuitas mencapai titik terendah hingga Rp 39,3 Miliar kurang dari sepertiga modal awal.

Kondisi tersebut telah mengantarkan Bank Muamalat Indonesia, Tbk memasuki era baru dengan keikutsertaan *Islamic Development Bank*, yang berkedudukan di Jeddah Saudi Arabia, sebagai salah luar Negeri yang resmi diputuskan melalui rapat umum pemegang saham (Rups) Pada 21 September 1999. Dalam kurun waktu 1999-2002 Bank Muamalat, Tbk tersebut berupaya dan berhasil membalikkan keadaan rugi menjadi laba. Hasil tersebut tidak lepas dari upaya dan dedikasi segenap karyawan dengan dukungan kepemimpinan yang kuat, strategi yang tepat, serta kepatuhan terhadap pelaksanaan Perbankan Syariah dengan murni.

2. Visi Dan Misi Bank Muamalat Indonesia, Tbk

a. Visi

The Best Islamic Bank and Top10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence.

b. Misi

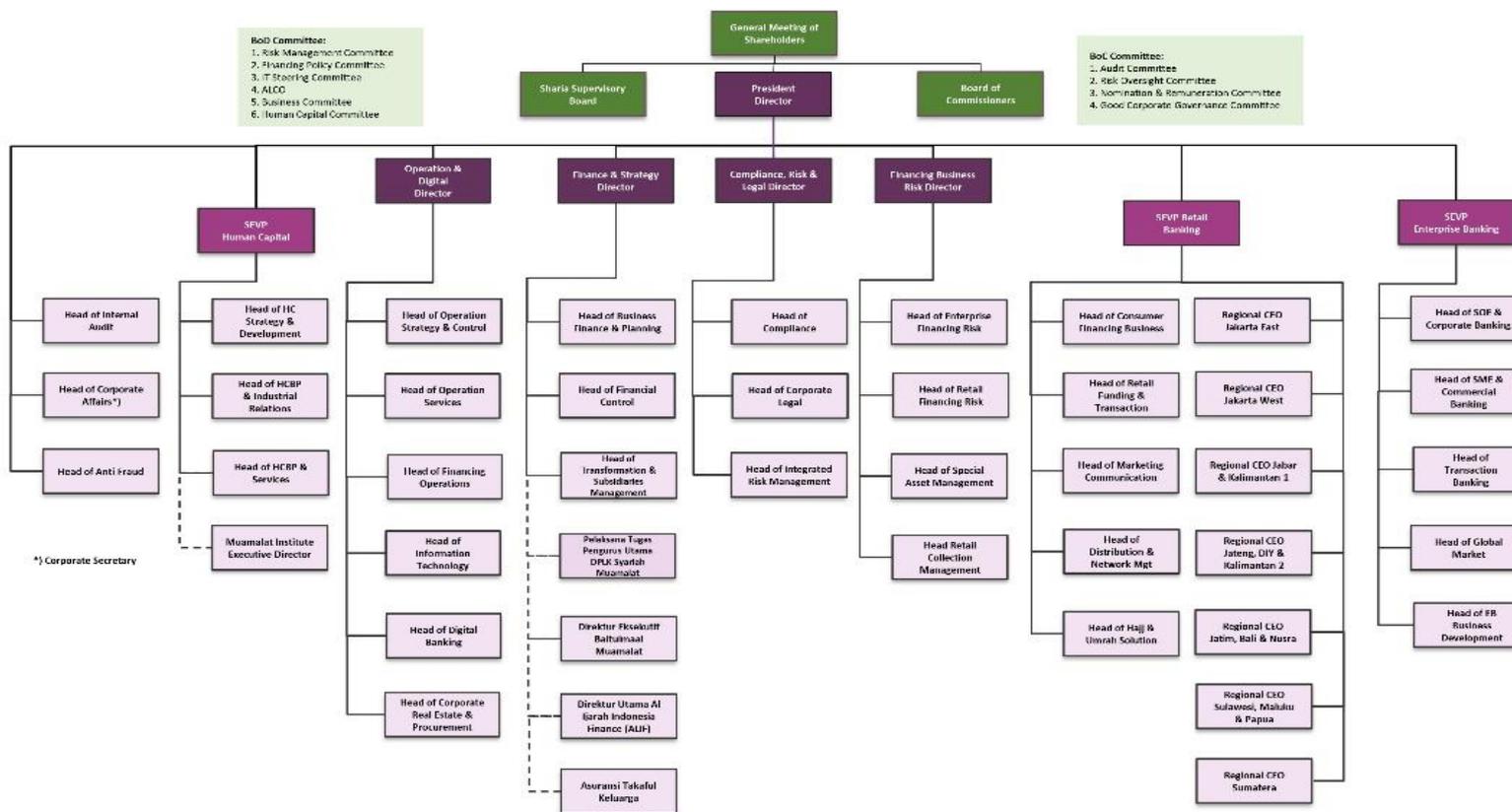
Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkeimbangan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orintasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangkum kepentingan.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Bank Muamalat, Tbk memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik, memudahkan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab. Struktur organisasi ini memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab dalam perusahaan, serta hubungan antara satuan-satuan kerja dalam organisasi. Hal ini membantu dalam mengidentifikasi, mengkoordinir, dan menjalankan berbagai fungsi yang ada dalam perusahaan. Struktur organisasi Bank Muamalat, Tbk selalu disesuaikan dengan perkembangan bisnis dan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis. Adapun struktur organisasi dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar IV.2 Struktur Organisasi Bank Muamalat, Tbk

Struktur Organisasi Bank Muamalat
Efektif 10 Juli 2023



Sumber: www.bankmuamalat.co.id

4. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Produk dan layanan pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

a. *Shar-e*

Shar-e adalah produk tabungan dan investasi syariah yang menggabungkan kemudahan akses ATM, debit, dan phone banking dalam satu kartu. Kartu ini dapat dibeli di seluruh kantor pos di Indonesia. Dengan hanya membayar Rp. 125.000, Anda akan mendapatkan satu kartu *Shar-e* dengan saldo awal tabungan sebesar Rp. 100.000. Produk ini merupakan sarana yang cocok untuk menabung dan berinvestasi di Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

b. Tabungan Ummat

Tabungan Ummat adalah produk tabungan dengan prinsip investasi berdasarkan akad mudharabah yang dapat diakses melalui counter Bank Muamalat, Tbk Indonesia, ATM Muamalat, dan jaringan ATM bersama.

c. Tabungan Haji Arafah

Tabungan haji arafah adalah tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan mewujudkan niat nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan.

d. Deposito Murabahah

Deposito Murabahah adalah pilihan investasi yang ditawarkan kepada nasabah perorangan dan badan hukum dengan sistem bagi hasil yang menguntungkan. Dana yang disimpan oleh masyarakat akan dikelola

melalui pembiayaan pada sektor riil yang sah dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga memberikan hasil yang halal. Deposito ini tersedia dalam berbagai jangka waktu, mulai dari 1, 3, 6, hingga 12 bulan.

e. Giro Wadi'ah

Giro wadi'ah adalah titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro dan pemindahbukuan.

f. Murabahah

Giro Wadi'ah adalah jenis simpanan dana dari pihak ketiga dalam bentuk giro yang memungkinkan penarikan dana kapan saja melalui cek, bilyet, giro, dan pemindahbukuan.

g. Salam

Salam adalah pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka/tunai.

h. Istisna'

Istisna' adalah jenis transaksi jual beli barang di mana penjual ditugaskan untuk membuat barang sesuai pesanan dari pemesan (*mustasni*). Istisna' mirip dengan salam dalam hal bahwa objek pesannya harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus.

i. Musyarakah

Musyarakah adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu usaha tertentu. Dalam musyarakah, setiap pihak berkontribusi dengan dana sesuai kesepakatan, dan keuntungan serta risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan yang telah disepakati.

j. Mudharabah

Mudharabah adalah bentuk kerjasama antara bank dan *mudharib* (nasabah) yang memiliki keahlian atau keterampilan dalam mengelola usaha. Dalam *mudharabah*, pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang (*mudharib*) untuk dikelola.

k. Ijarah

Ijarah adalah kesepakatan antara bank dan nasabah sebagai penyewa, di mana bank menyediakan barang yang dimiliki oleh bank untuk disewa oleh nasabah. Sebagai imbalan atas barang yang disewakan, bank akan menerima imbalan jasa dari nasabah.

l. Ijarah *muntahiyah bittamlik*

Ijarah *muntahiyah bittamlik* adalah perjanjian antara bank dengan nasabah sebagai penyewa. Mustajir/penyewa setuju akan membayar uang sewa untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa. Pembiayaan ijarah dan ijarah *muntahiyah bittamlik* umumnya digunakan untuk pembiayaan investasi alat-alat berat.

m. Wakalah

Wakalah adalah akad pemberian wewenang dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberi kuasa.

n. Khafalah

Khafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung jawab kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

o. Hawalah

Hawalah adalah penagihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.

p. Rahn

Rahn adalah menahan salah satu milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Secara sederhana Rahn adalah jaminan hutang atau gadai.

q. Qardh

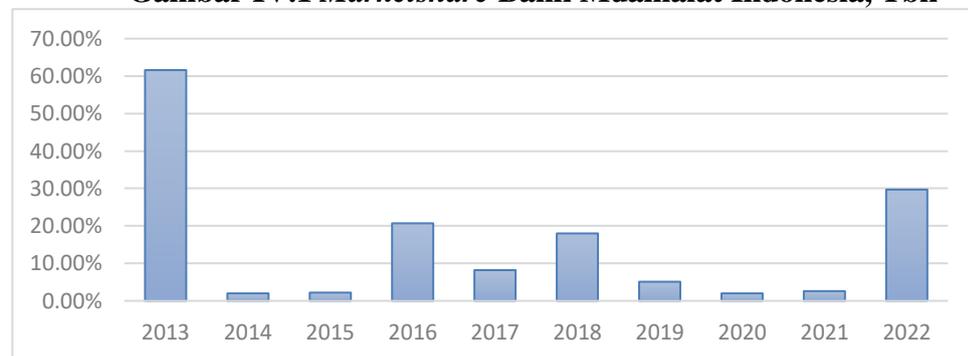
Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Data *Marketshare* Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Marketshare dapat menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan atau produk mendominasi atau bersaing di pasar yang lebih luas. Semakin tinggi *marketshare* suatu entitas, semakin besar keberhasilannya dalam menarik pelanggan dan mengalahkan pesaing di pasar. *Marketshare* adalah indikator penting dalam analisis strategis dan perencanaan bisnis, karena dapat membantu perusahaan mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan mengukur keberhasilan strategi pemasaran mereka. Adapun pertumbuhan *marketshare* Bank Muamalat Indonesia, Tbk dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar IV.1 Marketshare Bank Muamalat Indonesia, Tbk



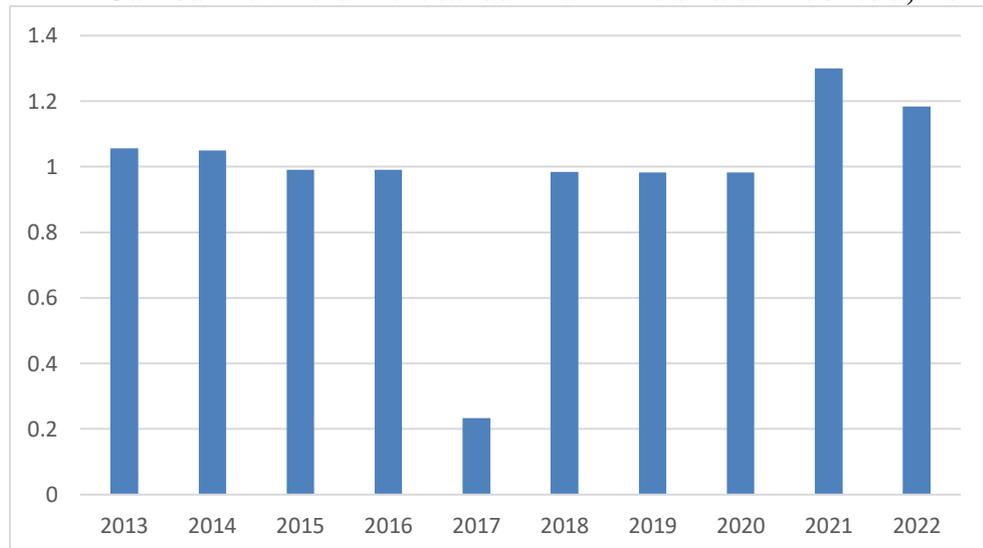
Sumber: *Data diolah Peneliti Tahun 2023*

Pada tahun 2013, Bank Muamalat Indonesia, Tbk Indonesia memiliki pangsa pasar yang signifikan sebesar 61,59%, yang menunjukkan dominasi yang kuat dalam tahun tersebut. Namun, pada tahun 2014, pangsa pasar bank ini turun drastis menjadi hanya 2,00%, yang mungkin disebabkan oleh berbagai faktor eksternal atau perubahan dalam strategi bisnis. Pada tahun 2015, pangsa pasar sedikit meningkat menjadi 2,20%, tetapi masih sangat rendah dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Selanjutnya, pada tahun 2017, pangsa pasar tetap kuat di sekitar 8,20%, menunjukkan stabilitas dalam dominasi pasar. Terakhir, pada tahun 2022, pangsa pasar tumbuh secara dramatis menjadi 29,70%, menunjukkan kemungkinan adanya strategi bisnis yang berhasil atau perubahan signifikan dalam kondisi pasar. Data ini menggambarkan fluktuasi dalam *marketshare* Bank Muamalat Indonesia, Tbk selama periode yang diteliti, hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan dalam strategi bisnis, kondisi ekonomi, dan persaingan di pasar perbankan.

2. Deskripsi Data Nilai Perusahaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Nilai perusahaan adalah jumlah total dari seluruh aset dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Ini mencakup semua aset fisik (seperti tanah, bangunan, dan peralatan), aset keuangan (seperti uang tunai, investasi, dan piutang), aset tak berwujud (seperti merek dagang dan paten), dan nilai dari faktor-faktor lain seperti karyawan dan manajemen. Nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut dalam hal kekayaan dan potensi ekonomi. Adapun nilai perusahaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk dapat dilihat dalam gambar di bawah ini:

Gambar IV.2 Nilai Perusahaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk



Sumber: *Data diolah Peneliti Tahun 2023*

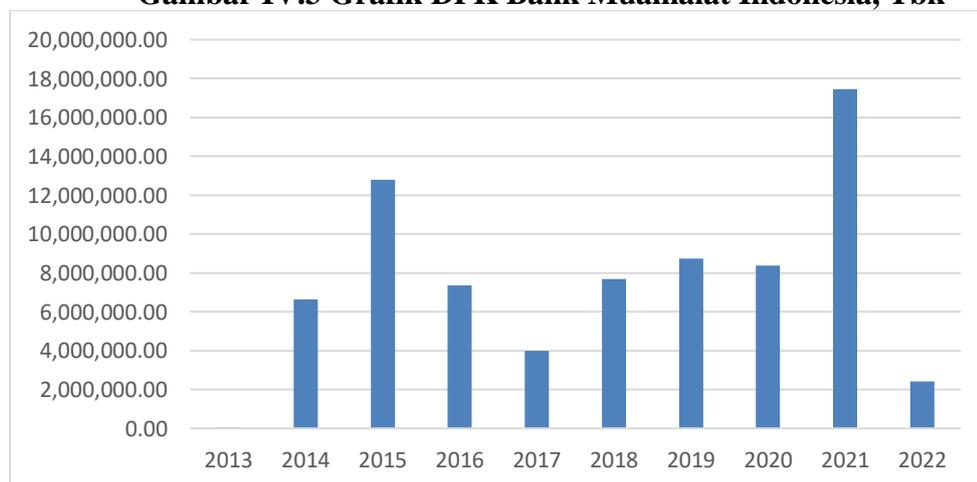
Terdapat fluktuasi yang signifikan dalam faktor-faktor perbandingan ini dari tahun ke tahun. Ini menunjukkan bahwa ada perubahan dalam evaluasi atau perhitungan nilai perusahaan dari tahun ke tahun. Dimana pada tahun 2013 nilai perusahaan bernilai sebesar 1,06 kemudian menurun pada tahun 2016 menjadi 0,99. Kemudian pada masa covid-19 nilai perusahaan

sebesar 0.98 mengalami penurunan pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 1.18 poin dari tahun-tahun sebelumnya.

3. Deskripsi Data DPK Bank Muamalat Indonesia, Tbk

DPK mengacu pada dana yang ditempatkan atau diinvestasikan oleh pihak ketiga, seperti nasabah atau deposan, di lembaga keuangan, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya. DPK biasanya mencakup tabungan, deposito, dan simpanan lainnya yang dipegang oleh lembaga keuangan dan digunakan untuk keperluan operasional dan aktivitas perbankan. DPK memiliki peran yang sangat penting dalam perbankan, karena dana dari DPK digunakan oleh bank untuk memberikan pinjaman kepada peminjam lain atau digunakan dalam investasi lainnya untuk menghasilkan pendapatan. Bank membayar bunga kepada pemegang rekening tabungan atau deposito sebagai imbalan atas penggunaan dana mereka. Tingkat bunga yang ditawarkan kepada nasabah dapat bervariasi tergantung pada jenis rekening dan jangka waktu simpanan. Adapun DPK Bank Muamalat Indonesia, Tbk dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar IV.3 Grafik DPK Bank Muamalat Indonesia, Tbk

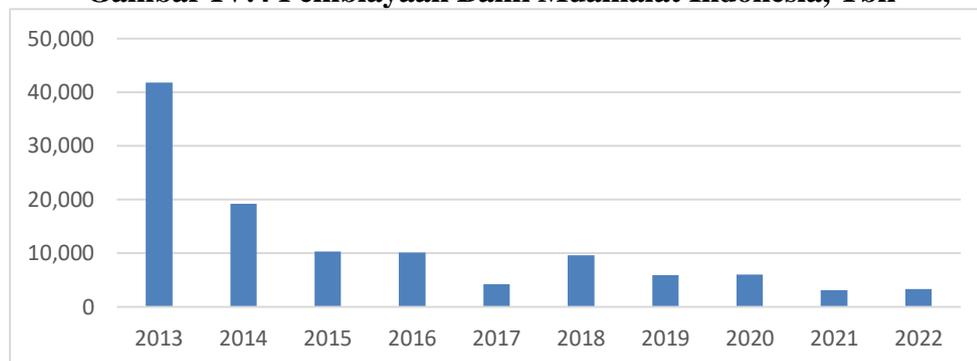


Sumber: *Data diolah Peneliti Tahun 2023*

Tahun 2013 Bank Muamalat Indonesia, Tbk memiliki DPK sebesar 41.791,04 milyar rupiah pada tahun ini. Tahun 2014 terjadi peningkatan yang signifikan dalam DPK menjadi 6.632.237 milyar rupiah, menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Tahun 2015 DPK terus meningkat menjadi 12.797.490 milyar rupiah, menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan. Tahun 2016 meskipun tetap tinggi, DPK mengalami penurunan menjadi 7.355.541 milyar rupiah. Tahun 2017 terjadi penurunan yang lebih signifikan menjadi 4.001.000 milyar rupiah pada tahun ini. Tahun 2018 DPK kembali meningkat menjadi 7.674.471 milyar rupiah. Tahun 2019 DPK terus bertumbuh menjadi 8.727.199 milyar rupiah. Tahun 2020 DPK tetap tinggi pada tingkat 8.387.315 milyar rupiah. Tahun 2021 terjadi lonjakan besar dalam DPK menjadi 17.449.408 milyar rupiah, menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Tahun 2022: DPK mengalami penurunan drastis menjadi 2.421.875 milyar rupiah.

4. Deskripsi Data Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Pembiayaan adalah proses atau tindakan menyediakan dana atau sumber keuangan untuk tujuan tertentu. Hal ini merujuk kepada penyaluran dana atau modal untuk mendukung proyek, investasi, atau kegiatan bisnis. Pembiayaan dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk pinjaman, investasi, atau sumber pendanaan lainnya. Adapun pembiayaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar IV.4 Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Sumber: *Data diolah Peneliti Tahun 2023*

Pembiayaan Bank Muamalat, Tbk sebesar 41.787 milyar rupiah pada tahun 2013. Terjadi peningkatan pembiayaan menjadi 19.241 milyar rupiah, menunjukkan pertumbuhan yang pesat pada tahun 2014. Terjadi penurunan yang signifikan menjadi 4.192 milyar rupiah pada tahun 2017. Tahun 2018 pembiayaan kembali meningkat menjadi 9.619 milyar rupiah. Tahun 2019 pembiayaan turun menjadi 5.905 milyar rupiah. Tahun 2020 pembiayaan mengalami peningkatan kecil menjadi 6.032 milyar rupiah. Tahun 2021 terjadi penurunan yang signifikan menjadi 3.150 milyar rupiah. Tahun 2022 pembiayaan naik sedikit menjadi 3.307 milyar rupiah.

C. Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Adapun hasil uji Statistik Deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.1 berikut:

Tabel IV.1 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DPK	40	41791.04	23095453.00	9391098.3010	5275130.32138
Pembiayaan	40	1270.00	76032.00	15127.5250	16809.83400
Nilai Perusahaan	40	.23	1.30	1.0431	.16030
Marketshare	40	.01	.62	.1422	.12492
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel IV.1 diatas diketahui nilai minimum dari variabel DPK sebesar 41791,04 dan nilai *maximum* sebesar 23095453,00 sedangkan *mean* bernilai 9392098,3010 dan *std. deviation* bernilai 5275130.32138. variabel pembiayaan *minimum* sebesar 1270.00 dan nilai *maximum* sebesar 76032.00 sedangkan *mean* bernilai 15127.5250 dan *std. deviation* bernilai 16809.83400. Kemudian pada nilai perusahaan *minimum* 0.23 dan nilai *maximum* 1.30 sedangkan *mean* bernilai 1.0431 dan *std. deviation* bernilai 0.16030. Nilai *marketshare* nilai *minimum* yaitu 0.01 dan nilai *maximum* 0.62 sedangkan *mean* bernilai 0.1422 *std. deviation* bernilai 0.12492.

2. Hasil Uji Normalitas

Adapun hasil normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.2 berikut:

Tabel IV.2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09509442
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.060
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel IV.2 di atas bahwa nilai sig. > 0,05, maka nilai signifikan 0,151 > 0,05 maka data dalam penelitian ini disimpulkan terdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Adapun hasil multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.3 berikut:

Tabel IV.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.088	.107		.823	.416		
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117	.000	.855	1.169
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190	.242	.870	1.149
	Nilai							
	Perusahaan	.155	.100	.199	1.549	.130	.979	1.022

a. Dependent *Variabel: Marketshare*
 Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel DPK (Dana Pihak Ketiga) adalah $0,855 > 0,05$ disimpulkan nilai *tolerance* dari variabel DPK lebih besar dari 0,05 (*tolerance* > 0,05) sehingga bebas dari multikolinieritas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel DPK (Dana Pihak Ketiga) adalah $1,169 < 5$. Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari variabel DPK (Dana Pihak Ketiga) lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 5) sehingga bebas dari multikolinearitas. Kemudian nilai *tolerance* dari variabel pembiayaan adalah $0,870 > 0,05$ (*tolerance* > 0,5) dan nilai VIF 1.149 < 5 (nilai VIF < 0,05) sehingga bebas dari multikolinearitas. Pada variabel bebas yang ketiga yaitu nilai perusahaan *tolerance* bernilai $0,979 > 0,05$ (*tolerance* > 0,05) dan nilai VIF 1.022 < 5 (nilai VIF < 5) sehingga bebas dari gejala multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Adapun hasil heterokedastitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.4 berikut:

Tabel IV.4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.035	.070		.502	.619		
	DPK	-2.743E-10	.000	-.023	-.129	.898	.855	1.169
	Pembiayaan	8.629E-7	.000	.227	1.308	.199	.870	1.149
	Nilai Perusahaan	.023	.065	.057	.350	.728	.979	1.022

a. Dependent *Variabel*: RES2
 Sumber: *Output SPSS 23*

Hasil uji di atas lihat nilai Sig. pada 3 variabel dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan dengan menggunakan uji Gletsjer. Uji Gletsjer adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Adapun nilai ABS_RES dana pihak ketiga sebesar $0,898 > 0,05$ disimpulkan terbebas dari gejala multikolinearitas. Nilai ABS_RES pembiayaan sebesar $0,199 > 0,05$ disimpulkan terbebas dari gejala multikolinearitas. Nilai ABS_RES nilai perusahaan sebesar $0,728 > 0,05$ disimpulkan terbebas dari gejala multikolinearitas.

c. Hasil Uji Autokorelasi

Adapun hasil autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.5 berikut:

Tabel IV.5 Hasil Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648 ^a	.421	.372	.09898	1.306

a. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK

b. Dependent *Variabel: Marketshare*

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel IV.5 uji autokorelasi di atas, dapat diketahui bahwa nilai DW adalah sebesar 1,306 atau nilai DW berada diantara -2 dan +2 ($-2 < 1,306 < +2$). sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi di dalam penelitian ini.

d. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Adapun hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.6 berikut:

Tabel IV.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.421	.372	.09898

a. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK

b. Dependent *Variabel: Marketshare*

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan tabel IV.6 di atas diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,372 atau 37,2% hal ini menunjukkan bahwa variabel Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan menjelaskan variabel *Marketshare* besar 37,2% sedangkan 62,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

e. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun hasil regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.7 berikut:

Tabel IV.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t
		B	Std. Error	Coefficients	
1	(Constant)	.088	.107		.823
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190
	Nilai Perusahaan	.155	.100	.199	1.549

a. Dependent Variable: Marketshare
Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier Sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Ms = 0,088 + 0,00000001338 \text{ DPK} + 0,000001202 \text{ Pm} + 0,155 \text{ Np}$$

Persamaan regresi dari hasil penelitian diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 0,088 artinya apabila variabel dana pihak ketiga, pembiayaan dan nilai perusahaan dianggap konstan atau 0 maka *Marketshare* adalah sebesar 0,088.
- Koefisien regresi *variabel* dana pihak ketiga sebesar 0,00000001338 artinya apabila variabel dana pihak ketiga meningkat 1 milyar, maka *marketshare* akan meningkat sebesar 0,00000001338 persen dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara dana pihak ketiga terhadap *marketshare*.

- c. Koefisien regresi *variabel* pembiayaan sebesar 0,000001202 artinya apabila variabel pembiayaan meningkat 1 milyar, maka *marketshare* akan meningkat sebesar 0,000001202 persen dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pembiayaan terhadap *marketshare*.
- d. Koefisien regresi *variabel* nilai perusahaan sebesar 0,155 artinya apabila variabel nilai perusahaan meningkat 1 satuan, maka *marketshare* akan meningkat sebesar 0,155 persen dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara nilai perusahaan terhadap *marketshare*.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

Adapun hasil statistik t berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.8 berikut:

Tabel IV.8 Hasil Uji Statistik t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.088	.107		.823	.416
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117	.000
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190	.242
	Nilai Perusahaan	.155	.100	.199	1.549	.130

a. Dependent Variable: Marketshare
Sumber: Output SPSS 23

Tabel IV.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk dana pihak ketiga sebesar 4,117, pembiayaan sebesar 1,190 dan nilai perusahaan sebesar

0,130. Sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-2$ atau $40-2 = 38$ sehingga diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,30423$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh parsial variabel dana pihak ketiga terhadap *market share* PT. Bank Muamalat, Tbk Indonesia, dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,117 > t_{\text{tabel}} (1,30423)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dana pihak ketiga terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia. Nilai t_{hitung} untuk variabel sebesar $1,190 < t_{\text{tabel}} (1,30423)$ H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pembiayaan terhadap *market share* Bank Muamalat Tbk, Indonesia. Pada variabel nilai perusahaan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,590 > t_{\text{tabel}} (1,30423)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh nilai perusahaan terhadap *market share* Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

b. Uji Statistik F

Adapun hasil statistik f berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.9 berikut:

Tabel IV.9 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.256	3	.085	8.708	.000 ^b
	Residual	.353	36	.010		
	Total	.609	39			

a. Dependent *Variabel: Marketshare*

b. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK
Sumber: *Output SPSS 23*

Tabel IV.9 diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan sebesar 8,708 Sedangkan

F_{tabel} dengan $df (N1) = k-1$ atau $3-1 = 2$ dan $df (N2) = n-k$ atau $40-3= 37$ sehingga diperoleh $F_{\text{tabel}} = 2,45$. Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($8,708 > 2,45$) yang berarti bahwa H_4 ditolak dan H_{a4} diterima dan disimpulkan terdapat pengaruh Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan secara simultan terhadap *marketshare* Pada PT. Bank Muamalat, Tbk Indonesia.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh dana pihak ketiga pembiayaan dan nilai perusahaan terhadap *marketshare* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Tbk. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

1. Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap *Marketshare*

Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah variabel independen dalam penelitian ini. DPK umumnya mencakup simpanan dan dana yang diterima oleh bank dari pihak ketiga, seperti nasabah dan lembaga keuangan lainnya. Keterlibatan pihak ketiga antara nasabah dan lembaga keuangan lainnya dalam penyediaan dana dapat menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan pangsa pasar.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel dana pihak ketiga terhadap *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk berpengaruh secara parsial sehingga dapat disimpulkan jika H_2 diterima dan H_3 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Ismail yang mengatakan bahwa “Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan salah satu

komponen yang bisa membuat penyaluran dana meningkat dan akan berdampak langsung terhadap peningkatan *market share*".¹

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa DPK berpengaruh positif signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia² Begitu juga dengan penelitian lain yang mengatakan "dana pihak ketiga (DPK) dan jumlah kantor berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap *market share*",³ terakhir adalah penelitian yang menunjukkan bahwa "DPK (Dana Pihak Ketiga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share*". Sehingga dapat di analisis bahwa variabel dana pihak ketiga mempengaruhi *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.⁴

Kesimpulannya variabel DPK memainkan peran penting dalam mempengaruhi *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, sesuai dengan temuan penelitian serta dukungan teori dan penelitian terdahulu. Hal ini dapat disebabkan Bank Muamalat telah berhasil mengimplementasikan strategi yang efektif untuk menghimpun dana dari pihak ketiga, seperti nasabah perorangan dan korporasi. Ini bisa termasuk penawaran produk dan layanan yang menarik bagi nasabah potensial untuk menyimpan dan menginvestasikan uang mereka di bank.

¹ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori menuju Aplikasi* (Jakarta: Prenadamedia, 2016), hlm. 43.

³ Siregar, hlm. 5.

⁴ Sari and Aisyah, hlm. 10.

2. Pengaruh Pembiayaan Terhadap *Marketshare*

Pembiayaan mencakup segala bentuk pendanaan atau pinjaman yang diberikan oleh bank kepada nasabah atau lembaga lainnya. Ini bisa melibatkan pembiayaan konsumen, pembiayaan investasi, atau jenis pembiayaan lainnya yang ditawarkan oleh bank. Pembiayaan dapat memiliki dampak yang signifikan pada *marketshare* tergantung pada jenis pembiayaan yang ditawarkan. Misalnya, inovasi dalam produk pembiayaan atau penyesuaian terhadap tren pasar tertentu dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan *marketshare*.⁵

Adapun hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pembiayaan terhadap *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk tidak berpengaruh secara parsial sehingga dapat disimpulkan jika H_{a2} diterima dan H_2 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori Ismail yang mengatakan bahwa “pembiayaan ini dapat diukur melalui *financing to deposit ratio* (FDR) untuk mengukur jumlah *financing* yang telah diberi terhadap jumlah dana dan modal yang dimiliki. Hasilnya dapat digunakan sebagai indikator kemampuan perbankan dalam membayar kembali penarikan yang akan dilakukan nasabah. maka akan semakin tinggi kemungkinan laba yang akan diperoleh dan akan berdampak secara langsung terhadap *marketshare*”.⁶

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu di dalam penelitian yang mengatakan jika “pembiayaan modal kerja dapat mempengaruhi *market share* secara signifikan pada perbankan di

⁵ Anwar, hlm. 35.

⁶ Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori menuju Aplikasi* (Jakarta: Prenadamedia, 2016), hlm. 43.

Indonesia”.⁷ Serta yang terakhir adalah penelitian yang menjelaskan jika “pembiayaan *musyarakah* memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap market share perbankan syariah di Indonesia”.⁸ Sehingga dapat di analisis bahwa variabel pembiayaan tidak mempengaruhi *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Hasil ini didukung oleh salah satu penelitian yang menyatakan bahwa tingkat rasio pembiayaan tidak berpengaruh pada tingkat *market share* perusahaan.⁹

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan penelitian ini, variabel pembiayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap market share PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dalam konteks ini, pembiayaan tidak menjadi faktor kunci yang memengaruhi pangsa pasar bank tersebut. Hal ini dapat disebabkan kemungkinan faktor-faktor eksternal yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian memiliki pengaruh lebih besar terhadap *marketshare* daripada variabel pembiayaan. Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, persaingan pasar, atau perubahan perilaku nasabah mungkin memiliki dampak yang lebih besar.

3. Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap *Marketshare*

Nilai perusahaan mencakup penilaian total atas perusahaan, yang dapat diukur dengan menggunakan berbagai metode seperti valuasi pasar saham (*market capitalization*), nilai buku (*book value*), atau metode valuasi lainnya.

⁷ Fajri, hlm. 1.

⁸ Putra, hlm. 100.

⁹ Lasirin and others, ‘Analisis Faktor-Faktor Kinerja Keuangan yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia’, 2.1 (2021), 728–43 (hlm. 728).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan.¹⁰

Adapun hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengaruh variabel nilai perusahaan terhadap *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk bersifat signifikan secara parsial sehingga dapat disimpulkan jika H_3 diterima dan H_{03} ditolak. Temuan penelitian ini konsisten dengan pandangan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin memudahkan akses perusahaan ke sumber pendanaan baik internal maupun eksternal.¹¹

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa “variabel *market share* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan”.¹² Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *market share* berperan sebagai variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini, *market share* diidentifikasi sebagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan secara positif, dengan *market share* yang tinggi menandakan dominasi perusahaan di dalam industri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai perusahaan memiliki pengaruh terhadap *market share* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Dapat disimpulkan jika hasil penelitian menunjukkan variabel nilai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Artinya, perubahan dalam

¹⁰ Stephen, hlm. 288.

¹¹ Stephen, hlm. 288.

¹² Saputra, Bambang. "Faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi market share perbankan syariah di Indonesia." *Akuntabilitas 7.2* (2014): 123-131, hlm. 123.

nilai perusahaan secara spesifik berkontribusi pada perubahan *market share* perusahaan tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Artinya, nilai perusahaan memiliki kontribusi yang terukur terhadap seberapa besar pangsa pasar bank tersebut. Hal ini dapat disebabkan kualitas manajemen Bank Muamalat dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan mungkin sangat baik. Manajemen yang baik dapat menciptakan strategi yang efektif untuk mengembangkan dan mempertahankan pangsa pasar mereka.

4. Pengaruh DPK, Pembiayaan dan Nilai Perusahaan terhadap *Marketshare* secara Simultan

Secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel dana pihak ketiga, pembiayaan, dan nilai perusahaan terhadap *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} yang sebesar 8,708, yang melampaui nilai F_{tabel} sebesar 2,42. Hal ini menandakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki dampak yang nyata terhadap perubahan *marketshare* di bank PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Artinya, ketika variabel dana pihak ketiga, pembiayaan, dan nilai Perusahaan diakumulasikan, pengaruhnya secara bersama-sama memberikan dampak yang kuat terhadap kinerja dan pangsa pasar PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Oleh karena itu, hasil F_{hitung} yang signifikan menunjukkan bahwa kombinasi variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat dalam menentukan *marketshare* bank tersebut.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Adapun beberapa keterbatasan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti dan variabel yang diteliti hanya terbatas pada pengaruh dana pihak ketiga pembiayaan dan nilai perusahaan terhadap *marketshare* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.
2. Keterbatasan waktu penelitian, dimana penelitian ini dilakukan dengan waktu yang cukup singkat yaitu hanya dalam waktu 1 bulan sehingga hasil yang di dapatkan belum menggambarkan secara keseluruhan variabel penelitian.
3. Dalam melaksanakan riset ini tentunya juga tidak mengeluarkan biaya yang cukup sedikit sehingga populasi yang digunakan tidak terlalu banyak sehingga akan berdampak kepada hasil penelitian. Dimana dalam jika menggunakan populasi yang cukup besar tentunya akan membutuhkan biaya yang cukup besar pula.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Net Profit Margin* (NPM) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk”, didapatkan beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel dana pihak ketiga terhadap marketshare pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk secara parsial karena nilai thitung lebih besar dari ttabel.
2. Tidak terdapat pengaruh variabel pembiayaan terhadap marketshare pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk secara parsial karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel.
3. Terdapat pengaruh variabel nilai perusahaan terhadap marketshare pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk secara parsial karena nilai thitung lebih besar dari ttabel.
4. Terdapat pengaruh simultan dari Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan, dan Nilai Perusahaan terhadap Marketshare pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk karena nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dana pihak ketiga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika bank berhasil menarik dan memanfaatkan dana dari pihak ketiga, hal tersebut memberikan dampak positif terhadap pangsa pasar bank tersebut. Oleh karena

itu, strategi untuk meningkatkan kerjasama dengan pihak ketiga atau memperluas sumber dana eksternal dapat dianggap sebagai langkah yang penting dalam meningkatkan kinerja *marketshare*.

Penelitian menunjukkan bahwa variabel pembiayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Artinya, dalam konteks ini, keputusan dan strategi terkait pembiayaan tidak memberikan dampak yang cukup besar terhadap peningkatan pangsa pasar. Oleh karena itu, perluasan atau penyesuaian strategi pembiayaan perlu dipertimbangkan agar lebih sesuai dengan tujuan peningkatan *marketshare*.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *marketshare* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Hal ini menggambarkan bahwa peningkatan nilai perusahaan, baik melalui inovasi produk, pelayanan yang unggul, atau peningkatan citra perusahaan, dapat dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan pangsa pasar bank.

Hasil penelitian menyatakan bahwa ketika dana pihak ketiga, pembiayaan, dan nilai perusahaan diperlakukan secara bersamaan, hal tersebut memberikan dampak positif yang signifikan terhadap *marketshare* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Oleh karena itu, strategi yang terintegrasi dan holistik, yang mencakup pemanfaatan dana pihak ketiga, pengelolaan pembiayaan, dan peningkatan nilai perusahaan, dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam mencapai tujuan peningkatan *marketshare*.

C. Saran

1. Meningkatkan pemanfaatan dana pihak ketiga karena terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel dana pihak ketiga terhadap *marketshare* secara parsial, disarankan untuk lebih memfokuskan upaya pada penghimpunan dana dari pihak ketiga. Bank Muamalat dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih agresif untuk menarik lebih banyak nasabah dan investor pihak ketiga.
2. Perbaiki strategi pembiayaan meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pembiayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap *marketshare*, hal ini tidak berarti bahwa pembiayaan tidak relevan dalam meningkat *marketshare*. Bank Muamalat perlu mengkaji kembali strategi pembiayaan mereka dan memastikan bahwa produk dan layanan pembiayaan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar dan nasabah.
3. Perhatian pada peningkatan nilai perusahaan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan memiliki pengaruh yang tetapi tidak signifikan terhadap *marketshare* secara parsial. Oleh karena itu, Bank Muamalat perlu terus memperbaiki nilai perusahaan mereka dengan meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan layanan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi, *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003)
- Anwar, Vivi Wulandar Dan Dedy, 'Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia Melalui Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening', *Serambi*, 1.1 (2019)
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Arthur, J, Koewn. dkk, *Manajemen Keuangan: Prinsip Dan Penerapan*, Kesepuluh (Jakarta: Permata Puri Media, 2010)
- Baik, Ihsan, 'Pengaruh Non-Performing Financing (Npf), Return On Assets (Roa), Dana Pihak Ketiga (Dpk) Dan Jumlah Kantor Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Periode 2012-2016)' (UIN Syarif Hidayatullah)
- Dkk, Brealey, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Erlangga, 2006)
- Dkk, Veithzal Rivai, *Bank Dan Financial Institution Managemen Conventional & Syaria System* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)
- Fajri, Andi Nurul, 'Pengaruh Optimalisasi Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia' (IAIN Palopo, 2022)
- Franita, Riska, *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan* (Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018)
- Halim, Mamduh M. Hanafi dan Abdul, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016)
- Huda, Nurul, *Pemasaran Syariah, Teori Dan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017)
- Iman Ghozali, Dwi Ratmono, *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika* (Diponegoro: Universitas Diponegoro, 2017)
- Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Pertama (Jakarta: Prenada Media Group, 2010)
- Jaya, W.K., *Ekonomi Industri* (Yogyakarta: BPFE, 2001)
- Karim, Adiwarmar, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, ed. by 4 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- , *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: Grafindo Persada, 2008)

- Kasmir, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Khan, Fahmi, *Essay in Islamic Economics*, Terj. Suhe (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (Klaten: Macanan Jaya Cemerlang, 2012)
- Kuncoro, Mudjarat, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Lasirin, Deby Aryanti, Siti Hidayati, and Yul Tito Permadhy, 'Analisis Faktor-Faktor Kinerja Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia', 2.1 (2021), 728–43
- Lay, Gabriela Natalia, and Juniarti, 'Pengaruh Pnegungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Grosir', *Business Accounting Review*, 3.2 (2015), 141–50
- Lestari, Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Retail Estate', *Jurnal Manajemen Unud*, 5.9 (2016)
- Pinayani, Ani, *Menganalisis Potensi Pasar* (Bandung: Lembaga Penelitian Pendidikan Universitas Indonesia, 2004)
- Prasetyorini, Bhekti Fitri, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.1 (2013)
- Putra, Rony Ramadhan, 'Pengaruh Jenis-Jenis Akad Pembiayaan Terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2014-2018' (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020)
- Rosyadi, Dedi, *Ekonometrika Dan Analisis Runtun Waktu Terapan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012)
- Sari, Indah, and Nur Aisyah, 'Pengaruh FDR, PSR, Zakat Performance Ratio, Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Market Share Dengan ROA Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.03 (2022), 2765–77
- Sawir, Agnes, *Kebijakan Pendanaan Dan Restrukturisasi Perusahaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014)
- Siregar, Erwin Saputra, 'Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perbankan Syariah Terhadap Market Share Nilai Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia' (UIN Syarif Hidayatullah, 2019)

- Soemitra, Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Stacia, Evelyn, and Juniarti, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Sektor Pertambangan', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 3.1 (2015), 81–90
- Stephen, Robbins P., *Organizational Behavior* (Jakarta: Salemba Empat, 2011)
- Sudrajat, M. Subana, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005)
- Sugiono, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Manajemen Islam* (Jakarta: Kencana, 2015)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- , *Statiska Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006)
- Sunyoto, Danang, *Metode Penelitian Akuntansi* (Bandung: Refika Aditama, 2011)
- Umam, Hery Susanto Khaerul, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Wati, Lela Nurleale, *Model Corporate Social Responsibility* (Jawa Timur: Myria Publisher, 2019)
- Wisuta, Refan Leonardo, and Stella Stella, 'Pengaruh Market Size, Kinerja Perusahaan, Nilai Perusahaan, Leverage, Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Stock Return', *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19.2 (2018), 243–50

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Yosi Eva Wahyuni
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 05 November 2000
Anak Ke : 1 dari 3 Bersaudara
Agama : Islam
Alamat : Jl. Prof. HM. Yamin No.28
Telephone : 085363338529
Email : wahyuniyosieva@gmail.com

B. Nama Orang Tua

Nama Ayah : Yusrizal Tanjung
Nama Ibu : Marwati Siregar
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
Alamat : Jl. Prof. HM. Yamin No.28
No. Hp : 089528617453

C. Pendidikan

Tahun 2007-2013 : SD Negeri 200108/9 Padangsidempuan
Tahun 2013-2015 : SMP Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2015-2018 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2018-Sekarang : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan

LAMPIRAN

NPAR TESTS
 /K-S (NORMAL) =RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09509442
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.060
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.088	.107		.823	.416		
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117	.000	.855	1.169
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190	.242	.870	1.149
	Nilai Perusahaan	.155	.100	.199	1.549	.130	.979	1.022

a. Dependent Variable: Marketshare

1	(Constant)	.035	.070		.502	.619		
	DPK	-2.743E-10	.000	-.023	-.129	.898	.855	1.169
	Pembiayaan	8.629E-7	.000	.227	1.308	.199	.870	1.149
	Nilai Perusahaan	.023	.065	.057	.350	.728	.979	1.022

a. Dependent Variable: RES2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.421	.372	.09898

a. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK

b. Dependent Variable: Marketshare

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648 ^a	.421	.372	.09898	1.306

a. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK

b. Dependent Variable: Marketshare

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.088	.107		.823
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190
	Nilai Perusahaan	.155	.100	.199	1.549

a. Dependent Variable: Marketshare

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.088	.107		.823	.416
	DPK	1.338E-8	.000	.565	4.117	.000
	Pembiayaan	1.202E-6	.000	.162	1.190	.242
	Nilai Perusahaan	.155	.100	.199	1.549	.130

a. Dependent Variable: Marketshare

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.256	3	.085	8.708	.000 ^b
	Residual	.353	36	.010		
	Total	.609	39			

a. Dependent Variable: Marketshare

b. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan, Pembiayaan, DPK

