

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu lembaga keuangan yang berposisi sebagai perantara dalam menghimpun dan mendistribusikan dana kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah bank.¹ Terdapat dua jenis bank di Indonesia, yakni bank konvensional dan bank syariah.

Bank Syariah ialah lembaga perbankan yang menjalankan aktivitasnya berpedoman pada hukum Al-Qur'an dan hadits. Semua operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip dan norma-norma syariah, yang berarti bahwa tindakan-tindakan tersebut diperbolehkan selama tidak ada larangan menurut Al-Qur'an dan hadits sebagai pengatur interaksi manusia, termasuk dalam aspek ekonomi serta sosial politik.² Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariat yang melarang praktik bunga dan mendorong pembagian risiko antara bank dan nasabah.³ Menurut data terkini dari Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2023, populasi penduduk Indonesia mencapai 278,7 juta orang, dengan 240,6 juta di antaranya menganut agama Islam.⁴ Mayoritas masyarakat Indonesia yang muslim menciptakan peluang pasar yang besar untuk bank syariah.⁵

¹ Ikatan Bankir Indonesia, "Mengelola Bank Syariah" (Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 2.

² Ibid., 3.

³ Arif Zunaidi, *Pengantar dalam memahami Konsep dan prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, IAIN Kediri Pers, 2023, 190.

⁴ Badan Pusat Statistik Indonesia, "Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2023," Badan Pusat Statistik, 2023, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>. diakses pada 14 Januari 2024.

⁵ Zulkifli Rusby, "Manajemen Bank Syariah", ed. oleh Nurman (Riau, 2017), 7.

Pertumbuhan perbankan syariah terus dicanangkan oleh Bank Indonesia dalam Program Akselerasi Pengembangan Bank Syariah (PAPBS), yang mana sudah tertera dalam *Blue Print* Perbankan Syariah. Diadakannya program ini yakni untuk mengejar ketertinggalan pangsa pasar bank syariah terhadap bank konvensional.⁶ Menurut Hasan, pangsa pasar atau biasa disebut *market share* merupakan persentase pangsa pasar untuk produk tertentu dalam suatu periode waktu.⁷ *Market share* yang mencakup persentase dari semua pasar dengan suatu kategori layanan atau produk, mencerminkan keunggulan suatu layanan atau produk yang dihasilkan perusahaan yang berkategori serupa.

Tabel 1.1: Data Perbandingan *Market Share* Bank Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia

Indikator	Tahun		
	2020	2021	2022
<i>Market Share</i> Bank Syariah	5,7%	6,0%	6,5%
<i>Market Share</i> Bank Konvensional	94,3%	94,0%	93,5%

(Sumber: Data Diolah dari Statistik Perbankan Syariah, OJK)

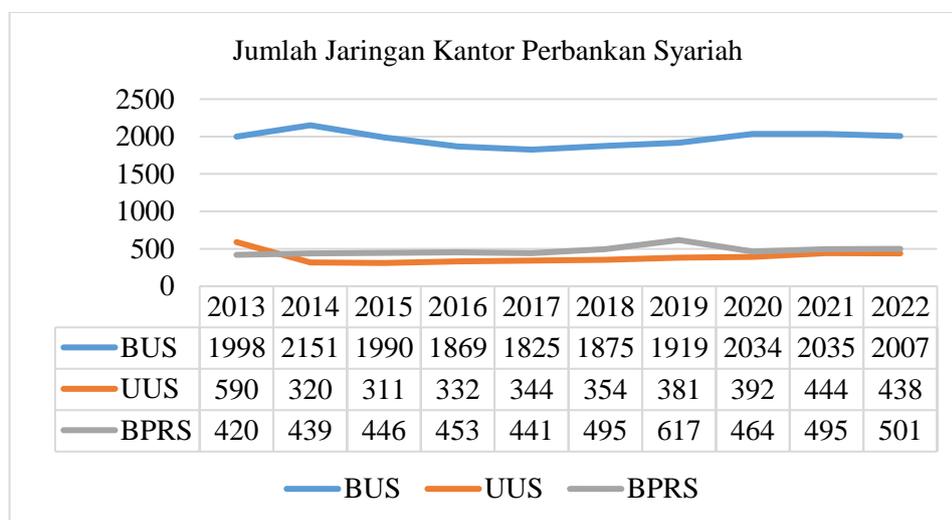
Menurut tabel 1.1 diketahui bahwa bank konvensional mendominasi aktivitas perbankan di Indonesia. Pangsa pasar bank syariah tertinggal jauh jika dibanding bank konvensional, namun walaupun tertinggal, pangsa pasar bank syariah terus meningkat setiap tahunnya.

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, “Bank Syariah,” 2017, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>. diakses pada 23 November 2023 Pukul 18.45 WIB

⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 195.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 ayat 1 mengemukakan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan dalam pasal 1 ayat 3 disebutkan pula bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.⁸ Berikut adalah data perkembangan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah di Indonesia dari tahun 2013-2022:

Gambar 1.1: Grafik Perkembangan Jumlah Jaringan Kantor Perbankan Syariah



(Sumber: Statistik Perbankan Syariah, OJK).

Dari gambar 1.1 tersebut, menyatakan bahwa BUS memposisikan diri sebagai perbankan syariah dengan jaringan kantor terbanyak dari tahun

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia, “Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah,”

2013-2022. Puncak tertinggi pada tahun 2014 yakni sebanyak 2151 jaringan kantor. Menurut laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia tahun 2014 peningkatan BUS tersebut dikarenakan terdapat satu Unit Usaha Syariah (UUS) yang *spin off* dari bank induk, hal tersebutlah yang mempengaruhi bertambahnya jumlah jaringan kantor BUS dan berkurangnya jumlah jaringan kantor UUS.⁹ Puncak terendah terjadi pada tahun 2017, berdasarkan laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia tahun 2017 hal tersebut disebabkan adanya penutupan di beberapa kantor cabang BUS.¹⁰ Namun fluktuasi tersebut tetap memposisikan BUS sebagai lembaga perbankan syariah dengan jangkauan jaringan kantor terbanyak di Indonesia.

Bank syariah juga terbagi menjadi beberapa kelompok, salah satunya pengelompokan berdasarkan jumlah modal inti yang dimiliki bank, atau yang biasa dikenal dalam dunia perbankan dengan sebutan KBMI (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti). Menurut PJOK No 12/POJK.03/2021 mengenai Bank Umum, berikut pengelompokkan bank menurut modal inti yang dimiliki:

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2014*, 2014, 3, [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2017/Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia \(LPKSI\) 2017 \(final\).pdf](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20(LPKSI)%202017%20(final).pdf).

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017*, 2017, 25, [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2017/Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia \(LPKSI\) 2017 \(final\).pdf](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20(LPKSI)%202017%20(final).pdf).

Tabel 1.2: Daftar Kategori Kelompok Bank menurut Modal Inti

No.	Kategori	Jumlah Modal Inti
1	KBMI 1	< Rp 6.000.000.000.000
2	KBMI 2	Rp 6.000.000.000.000 - Rp 14.000.000.000.000
3	KBMI 3	Rp 14.000.000.000.000 - Rp. 70.000.000.000.000
4	KBMI 4	> Rp. 70.000.000.000.000

(Sumber: PJOK No 12/POJK.03/2021)

Berikut ini adalah data bank umum syariah menurut kategori Kelompok Bank menurut Modal Inti:

Tabel 1.3: Data KBMI Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2022

(dalam jutaan rupiah)

No.	Nama Bank	Jumlah Modal Inti	KBMI
1	PT Bank Aceh Syariah	3.512.591	KBMI 1
2	PT BPD Riau Kepri Syariah	3.351.932	KBMI 1
3	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	1.554.334	KBMI 1
4	PT Bank Muamalat Indonesia	5.201.950	KBMI 1
5	PT Bank Victoria Syariah	1.060.932	KBMI 1
6	PT Bank Jabar Banten Syariah	1.331.286	KBMI 1
7	PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.	33.505.610	KBMI 3
8	PT Bank Mega Syariah	2.236.685	KBMI 1
9	PT Bank Panin Dubai Syariah, Tbk.	2.505.404	KBMI 1
10	PT Bank Syariah Bukopin	614.073	KBMI 1
11	PT BCA Syariah	2.930.900	KBMI 1
12	PT BTPN Syariah	8.393.990	KBMI 2
13	PT Bank Aladin Syariah, Tbk.	3.143.276	KBMI 1

(Sumber: Data diolah peneliti dari Statistik Perbankan Syariah 2022, OJK.)

Menurut tabel 1.3 di atas, diketahui bahwa penggolongan bank umum syariah berdasarkan modal inti yakni bank dengan kategori KBMI 1 adalah PT Bank Aceh Syariah, PT BPD Riau Kepri Syariah, PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah, PT Bank Muamalat Indonesia, PT Bank Victoria Syariah, PT Bank Mega Syariah, PT Bank Panin Dubai Syariah, Tbk., PT Bank Syariah Bukopin, PT BCA Syariah, PT Bank Aladin Syariah, Tbk.

Kategori KBMI 2 diduduki oleh PT BTPN Syariah dan pada kategori KBMI 3 yakni PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. Dapat diketahui bahwa mayoritas Bank Umum Syariah berada pada kategori KBMI 1 yakni sebanyak 11 bank syariah.

Tabel 1.4: Data Market Share Bank Umum Syariah KBMI 1
(dalam persen)

Nama Bank	Tahun		
	2020	2021	2022
PT Bank Aceh Syariah	4,9	4,7	3,7
PT BPD Riau Kepri Syariah	5,4	5,2	4,0
PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	2,0	2,0	1,6
PT Bank Muamalat Indonesia	9,8	9,9	7,8
PT Bank Victoria Syariah	0,4	0,3	0,3
PT BJB Syariah	1,7	1,7	1,6
PT Bank Mega Syariah	3,1	2,4	2,1
PT Bank Panin Dubai Syariah, Tbk.	2,2	2,4	1,9
PT Bank Syariah Bukopin	1,0	1,0	0,9
PT BCA Syariah	1,9	1,8	1,6
PT Bank Aladin Syariah, Tbk.	0,1	0,4	0,6

(Sumber: data diolah peneliti dari Statistik Perbankan Syariah 2020-2022, OJK.)

Berdasarkan tabel 1.4 dinyatakan bahwa PT Bank Aladin Syariah, Tbk. merupakan satu-satunya bank dengan KBMI 1 dengan *market share* yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2020, *market share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk. sebesar 0,1%, tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 0,4%, dan pada tahun 2022 meningkat kembali menjadi 0,6%.

PT Bank Aladin Syariah, Tbk. didirikan dengan nama PT Bank Maybank Nusa Internasional pada tanggal 16 September 1994, kemudian pada 11 September 2000 berubah nama lagi menjadi PT Bank Maybank Indocorp, kemudian pada 1 Juni 2010 berubah nama kembali menjadi PT

Maybank Syariah Indonesia (Maybank Syariah), pada 3 Juli 2019 berubah lagi menjadi PT Bank Net Indonesia Syariah, dan berubah nama menjadi PT Bank Aladin Syariah, Tbk. pada 07 April 2021.¹¹

Menurut Hasan dalam bukunya yang berjudul “Marketing Bank Syariah” disebutkan bahwa dalam pangsa pasar terdapat aspek pertimbangan pelanggan dalam kalkulasi ekonomi yakni salah satunya pasar rasional, pasar rasional ialah pasar yang dilandaskan pada nilai-nilai rasional seperti kualitas layanan, produk dan tingkat profit.¹² Penelitian ini memfokuskan kepada tingkat profit, dengan tingkat profit yang tinggi, perusahaan cenderung memiliki efisiensi dalam penggunaan asetnya, peningkatan daya saing pasar, daya tarik konsumen, dan pangsa pasar semuanya dapat dihasilkan dari tingkat pengembalian aset yang tinggi. Hingga bisa diketahui bahwa kian tinggi tingkat profitabilitas maka kian besar minat pelanggan sehingga perusahaan dapat memenangkan pangsa pasar. Menurut Mauboussin dan Callahan “*Changes in market share lead to changes in profitability*” yang artinya perubahan pangsa pasar menyebabkan perubahan profitabilitas.¹³

Profitabilitas mencerminkan kemampuan suatu lembaga dalam memperoleh keuntungan melalui pemanfaatan sumber daya yang mereka punya. Pengukuran profitabilitas menggunakan indikator rasio profitabilitas

¹¹ Bank Aladin Syariah, “Tentang Bank Aladin Syariah,” 2024, <https://aladinbank.id/tentang-aladin/> diakses pada 02 Mei 2024.

¹² Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, 11.

¹³ Michael J Mauboussin dan Dan Callahan, “Counterpoint Global Insights Market share Understanding Competitive Advantage Through Market Power,” *Morgan Stanley Investment Management*, 2022, 3.

yang mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumberdayanya guna mencapai laba.¹⁴ Penelitian menggunakan indikator rasio *Return On Assets* (ROA). ROA ialah suatu indikator profitabilitas yang mengukur perbandingan antara laba bersih dengan total aset sebagai parameter kinerja keuangan.¹⁵

Diperkuat pula dengan pendapat Jumono yang menyebutkan ROA dipakai sebagai alat pengukuran profitabilitas dalam konteks perbankan, karena mayoritas aset bank Indonesia berasal dari uang simpanan masyarakat, sehingga nilai profitabilitas bank relatif terhadap asetnya menjadi perhatian utama bagi peran pengawasan dan pengaturan bank. Orang akan lebih percaya dalam memasukkan uang mereka ke bank jika itu menjadi lebih menguntungkan, ini karena sebelum melakukan investasi, individu berpikir tentang pengembalian yang bisa mereka harapkan, sebab itu kian tinggi tingkat ROA suatu bank, kian besar potensi keuntungan yang dapat diraih oleh bank tersebut. Selain itu, kinerja dan posisi pangsa pasar bank juga akan semakin baik.¹⁶ Pendapat ini sejalan dengan pendapat Rahayu, Bank Indonesia lebih fokus pada penilaian ROA sebab nilai profitabilitas suatu bank yang diukur oleh ROA lebih mendalam, terutama dalam konteks aset yang didanai mayoritas oleh dana simpanan masyarakat.

¹⁴ Eugene F Brigham dan Joel F Houston, "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan", 14 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 127.

¹⁵ Ibid., 140.

¹⁶ Sapto Jumono, *Monograf Kinerja dan Kekuatan Bersaing Bank Pembangunan Daerah di Indonesia*, ed. oleh Wahyu N. Cahyo (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 14.

Oleh karena itu, ROA dianggap sebagai indikator yang lebih representatif untuk mengukur tingkat profitabilitas dalam sektor perbankan.¹⁷

Tabel 1. 5. Data Profitabilitas (ROA) dan *Market Share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Tahun 2020-2022

Indikator	Tahun		
	2020	2021	2022
Profitabilitas (ROA)	6,2%	-6%	-5,6%
<i>Market Share</i>	0,1%	0,3%	0,6%

(Sumber: data diolah peneliti dari Laporan Keuangan PT Bank Aladin Syariah, Tbk 2020-2022, OJK.)

Berdasarkan tabel 1.5, profitabilitas yang diprosikan dengan ROA begitupun dengan *market share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk. mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2021 ROA menurun menjadi -6% dari 6,2% di tahun 2020, namun pada tahun yang sama pula *market share* meningkat menjadi 0,3% dari 0,1% di tahun 2020. Kemudian pada tahun 2022 ROA menunjukkan peningkatan menjadi -5,6% yang diikuti pula dengan peningkatan *market share* menjadi 0,6%. Berdasarkan analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan dengan teori yakni apabila ROA meningkat maka *market share* juga meningkat.

Terdapat beberapa penelitian tentang dampak profitabilitas yang diprosikan memakai ROA pada *market share*, diantaranya menurut penelitian Lasrin, dkk, pada analisis itu disebutkan bahwa ROA tidak berpengaruh pada *market share*.¹⁸ Sedangkan menurut Ramadhan, disebutkan bahwa ROA berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada

¹⁷ Rahayu, *Dampak Piutang Masuk Bagi Bank Desa* (Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2020), 9.

¹⁸ Deby Aryanti Lasrin, Siiti Hidayati, dan Yul Tito Permadhy, "Analisis Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia," *KORELASI (Konferensi Riset Nasional EKonomi, Manajemen, dan Akutansi)* 2 (2021): 740, <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.456>.

market share.¹⁹ Begitupun menurut Fariza²⁰ yang menyimpulkan bahwa ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Market Share*. Lain hal pula dengan penelitian Astuti²¹ dan Eliana,dkk²² yang menyebutkan bahwa ROA berpengaruh positif pada *market share* bank syariah.

Penelitian ini menggunakan periode 2020-2022 sebagai objek penelitian, karena pada tahun 2020-2022 merupakan tahun terjadinya wabah covid-19. Dampak Covid-19 tampaknya mempengaruhi semua sektor, terutama sektor ekonomi. Pertumbuhan ekonomi mengalami perlambatan akibat terus menyebarnya Covid-19. Beberapa sektor usaha, termasuk sektor perbankan, terdampak oleh pandemi ini. Covid-19 mempengaruhi sektor perbankan di ASEAN, termasuk Indonesia, melalui melemahnya pertumbuhan ekonomi, yang menyebabkan perlambatan pertumbuhan kredit dan penurunan profitabilitas perbankan. Hal ini berdampak pada kinerja keuangan perbankan akan semakin melemah seiring dengan semakin meluasnya penyebaran Covid-19.²³ Oleh karena itu periode tersebut menarik untuk diteliti untuk memahami bagaimana PT Bank Aladin Syariah, Tbk. beradaptasi dan bertahan selama masa krisis.

¹⁹ Zulfikar Ramadhan, Sutanti, dan Azizatul Munawaroh, "Market Share Bank Syariah di Indonesia dan Faktor yang Mempengaruhinya," *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 2022, 5, <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit%0AE-ISSN:2745-6080>.

²⁰ Fariza Dwi Rahayu, "Pengaruh Rasio Kecukupan Modal (CAR), Profitabilitas (ROA), Pembiayaan Bermasalah (NPF), Likuiditas (FDR) Dan Efisiensi (BOPO) Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Periode 2017 – 2020)" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

²¹ Retno Puji Astuti, "Pengaruh ROA, CAR, DPK Dan NPF Terhadap Market Share Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 3479.

²² Eliana dkk., "Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia," *Esensi* 10, no. 2 (2020): 204, <https://doi.org/10.21580/at.v12i2.6449>.

²³ Triska Dewi Prमितasari, "Dampak Pandemi Covid-19: Kinerja Dan Strategi Perbankan Di Indonesia," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 09, no. 01 (2023): 165.

Saat menghadapi ancaman krisis, organisasi perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk mengumpulkan informasi tentang sumber risiko potensial. Hal ini memungkinkan organisasi memprediksi terjadinya krisis dan membangun ketahanan. Organisasi harus mempelajari peristiwa yang sedang berlangsung serta dampaknya untuk mengalokasikan sumber daya dan melanjutkan atau memulai kembali operasi. Selain itu, berkolaborasi dengan pemangku kepentingan dan organisasi lain dalam mengoordinasikan tanggapan juga menjadi penting.²⁴

Berdasarkan latar belakang yang beragam, diantaranya hasil penelitian yang bervariasi antar penelitian sebelumnya, serta adanya kesenjangan antara teori dengan data yang diperoleh, maka perlu dilakukan penelitian kembali. Penelitian ini memusatkan perhatian pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk., pemilihan bank ini sebagai subjek analisis didasarkan pada statusnya sebagai satu-satunya bank syariah dengan kategori KBMI 1 yang mengalami peningkatan pertumbuhan *market share* setiap tahunnya sepanjang tahun 2020-2022. Pemanfaatan ROA sebagai parameter untuk mengevaluasi tingkat profitabilitas pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. periode tahun 2020 sampai dengan 2022 dikarenakan ROA menunjukkan keefektifan bank dalam mengelola aset untuk memperoleh keuntungan. Selain itu ROA dapat dihitung berdasarkan aset begitupun *market share*. Sedangkan indikator *market share* didasari oleh Program Akselerasi

²⁴ Sri Hariyanti dan Oktaria Ardika Putri, "Peran Media Sosial Dalam Pembelajaran Organisasi Dan Manajemen Krisis: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 2 (2022): 682, <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>.

Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) yang memfokuskan pertumbuhan bank syariah untuk mengejar ketertinggalan pangsa pasar bank syariah terhadap bank konvensional. Penggunaan periode tahun 2020-2022 dikarenakan pada periode tersebut terjadi pandemi Covid-19 yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan, salah satunya yang terdampak adalah sektor perbankan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Market Share PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022”**.

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks latar belakang, perumusan masalah dalam analisis ini yaitu

1. Bagaimana profitabilitas pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022?
2. Bagaimanakah *market share* pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *market share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa profitabilitas pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa *market share* pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022.

3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh profitabilitas terhadap *market share* pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Periode 2020-2022.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Ditujukan bisa memperbanyak pengetahuan bagi penulis maupun pembaca tentang analisis laporan keuangan pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk. Terutama mengenai analisis tingkat profitabilitas dan *market share* pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Ditujukan bisa memberi pengetahuan, pengetahuan, dan masukan kepada pembaca dan dapat dijadikan patokan dalam melakukan analisis kinerja keuangan bank berdasarkan profitabilitas untuk menentukan pasar perbankan, serta bisa dipakai sebagai sumber rujukan dalam menjalankan analisa yang sejenis.

- b. Bagi Lembaga

Ditujukan bisa memberi informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan pengambilan keputusan dalam upaya meningkatkan *market share* dengan memperhatikan kinerja keuangan dalam hal ini profitabilitas bank.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau jawaban sementara pada permasalahan analisa ini adalah sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap *market share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk.

H_a: Terdapat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap *market share* PT Bank Aladin Syariah, Tbk.

F. Penelitian Terdahulu

1. “Analisis Faktor-Faktor Kinerja Keuangan yang Mempengaruhi *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia”, oleh Deby Aryanti Lasrin, dkk, dalam jurnal Korelasi (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi), Vol. 2, 2021.²⁵ Hasil penelitian ini yakni variabel risiko pembiayaan yang diproksikan dengan *non performing financing* (NPF) menunjukkan bahwa Risiko Pembiayaan berpengaruh negatif terhadap *market share* Bank Umum Syariah, variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan *return on asset* (ROA) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *market share* bank umum syariah dan variabel permodalan yang diproksikan menggunakan *capital adequacy ratio* (CAR) menunjukkan bahwa permodalan berpengaruh positif terhadap *market share* bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama periode 2015-2019. Dapat diketahui kesamaan analisis ini dengan analisis tersebut ialah variabel Y yakni membahas mengenai *market share*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, apabila penelitian

²⁵ Lasrin, Hidayati, dan Permadhy, “Analisis Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia.”

tersebut menggunakan perbankan syariah di Indonesia sedangkan penelitian ini berfokus pada PT Bank Aladin Syariah, Tbk., selain itu variabel X penelitian tersebut adalah faktor-faktor kinerja keuangan sedangkan penelitian ini adalah profitabilitas.

2. “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia”, oleh Delvia Melina, dkk dalam *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, Vol. 3, No. 3, 2022.²⁶ Penelitian ini menyimpulkan bahwa CAR, DPK, dan NPF mempengaruhi pangsa pasar perbankan syariah, namun variabel BOPO tidak berpengaruh. Dapat diketahui kesamaan analisa ini dengan analisa itu ialah variabel Y yakni membahas mengenai *market share*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, apabila penelitian tersebut menggunakan perbankan syariah di Indonesia sedangkan penelitian ini PT Bank Aladin Syariah, Tbk., selain itu variabel X penelitian tersebut adalah kinerja keuangan yang diprosikan dengan dengan CAR, DPK, NOF, dan BOPO sedangkan penelitian ini adalah profitabilitas yang diprosikan dengan ROA.
3. “Pengaruh ROA, CAR, DPK, dan NPF Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah”, oleh Retno Puji Astuti dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 3, 2023.²⁷ Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Return on Asset* memiliki pengaruh terhadap *market share*

²⁶ Delvia Melina, Ety Gurendrawati, dan Diah Armeliza, “Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia,” *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing* 3, no. 1 (2022): 710–724.

²⁷ Astuti, “Pengaruh ROA, CAR, DPK Dan NPF Terhadap Market Share Perbankan Syariah.”

perbankan syariah, *Capital Adequacy Ratio* tidak berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah, Dana Pihak Ketiga memiliki pengaruh terhadap *market share* perbankan syariah, dan *Non-Performing Financing* tidak memengaruhi *market share* perbankan syariah. Dapat diketahui kesamaan analisa ini dengan analisa itu ialah sama-sama membahas mengenai *Market Share* dan ROA sebagai indikator profitabilitas, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, apabila penelitian tersebut menggunakan perbankan syariah, sedangkan penelitian ini PT Bank Aladin Syariah, Tbk., selain itu penelitian tersebut memiliki variabel X ROA, CAR, DPK, dan NPF dan variabel Y *market share*, sedangkan pada penelitian ini variabel X yang dipakai ialah ROA dan variabel Y *market share*.

4. “Pengaruh Rasio Kecukupan Modal (CAR), Profitabilitas (ROA), Pembiayaan Bermasalah (NPF), Likuiditas (FDR) Dan Efisiensi (BOPO) Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Periode 2017 – 2020)”, skripsi Fariza Dwi Rahayu, UIN Syarif Hidayatullah, 2021.²⁸ Penelitian ini menyimpulkan bahwa CAR, ROA, NPF, FDR dan BOPO secara simultan berpengaruh terhadap *market share*. Secara parsial CAR berpengaruh positif terhadap *market share*, sementara ROA, NPF, FDR dan BOPO berpengaruh negatif signifikan terhadap *Market Share*. Dapat diketahui kesamaan analisa ini dengan analisa itu

²⁸ Rahayu, “Pengaruh Rasio Kecukupan Modal (CAR), Profitabilitas (ROA), Pembiayaan Bermasalah (NPF), Likuiditas (FDR) Dan Efisiensi (BOPO) Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia (Periode 2017 – 2020).”

ialah variabel Y yakni *Market Share* sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, apabila penelitian tersebut menggunakan bank syariah di Indonesia dan analisa ini PT Bank Aladin Syariah, Tbk., selain itu variabel X penelitian tersebut adalah CAR, NPF, FDR, dan BOPO sedangkan penelitian ini adalah hanya berfokus kepada ROA sebagai indikator pengukuran profitabilitas.

5. “Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2022)”, skripsi Doni Arung Basori, IAIN Kediri, 2022.²⁹ Penelitian ini menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2022. Dapat diketahui kesamaan analisa ini dengan analisa itu ialah sama-sama membahas tentang profitabilitas, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, apabila penelitian tersebut menggunakan perusahaan F&B yang tercatat di BEI tahun 2015-2022 sedangkan penelitian ini PT Bank Aladin Syariah, Tbk., selain itu penelitian tersebut memiliki variabel Y harga saham, dan pada penelitian ini variabel Y yang dipakai ialah *market share*.

²⁹ Doni Arung Basori, “Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2022)” (IAIN Kediri, 2022).

G. Definisi Operasional

1. Profitabilitas

Profitabilitas menurut Anita, dkk ialah tingkat keuntungan yang dihasilkan dengan menggunakan sumber daya perusahaan.³⁰

2. *Market Share* (pangsa pasar)

Pangsa pasar didefinisikan sebagai proporsi total penjualan yang dapat dicapai perusahaan dalam konteks total penjualan di pasar atau peluang pasar.³¹

³⁰ Siska Yuli Anita dkk., *Manajemen Keuangan* (Bali: Intelektual Manifes Media, 2023), 126.

³¹ Zainal Abidin, Nuddin Harahab, dan Lina Asmarawati, *Pemasaran Hasil Perikanan*, 1 ed. (Malang: Tim UB Press, 2017), 40.