

**ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP
MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
Periode 2016-2019)**

SKRIPSI

Oleh:

MEISA FADMA

NIM. 0505161028

**Program Studi
ASURANSI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020 M / 1441 H**

**ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP
MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
Periode 2016-2019)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

MEISA FADMA

NIM. 0505161028

Program Studi

ASURANSI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020 M / 1441 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meisa Fadma
Nim : 0505161028
Tempat/ tgl. Lahir : Cot Buket/ 4 Mei 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Cot Buket Kecamatan Peusangan Kabupaten
Bireuen, Aceh

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH STUDI KASUS PT ASURANSI JIWA SYARIAH JASA MITRA ABADI TBK PERIODE 2016-2019**” benar karya asli saya, Kecuali Kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 18 Desember 2020

Yang membuat pernyataan



Meisa Fadma

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “**ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk. Periode 2016-2019)**” an. Meisa Fadma, NIM 0505161028 Program Studi Asuransi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 18 Januari 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Asuransi Syariah.

Medan, 18 Januari 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Asuransi Syariah UIN-SU

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Tri Inda Fadhila Rahma, M. E. I

NIDN. 2029019101

Rahmi Syahriza, S. Th. I., MA

NIDN. 2003018501

Anggota

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Marliyah, M. Ag

NIDN. 2026017602

Laylan Syafina, M.Si

NIDN. 2027089103

Penguji I

Penguji II

Tri Inda Fadhila Rahma, M. E. I

NIDN. 2029019101

Muhammad Lathief Ilhamy Nst,

M. E. I

NIDN. 1100000090

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam

UIN-SU Medan

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag

NIDN. 1100000116

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP
MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
Periode 2016-2019)**

Oleh:

**Meisa Fadma
Nim. 0505161028**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Asuransi Syariah

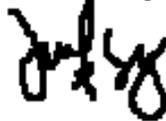
Pembimbing I



Dr. Marliyah, M.Ag

NIDN. 2026017602

Pembimbing II



Laylan Syafina, M.Si

NIDN. 2027089103

Mengetahui

Ketua Jurusan Asuransi Syariah



Dr. Fauzi Arif Lubis, MA

NIDN. 2024128401

ABSTRAK

Meisa Fadma (2020), Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Market Share Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk Periode 2016-2019). Dibawah Bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Ibu Dr. Marliyah, M.Ag dan Pembimbing II oleh Ibu Laylan Safina, M.Si.

Berdasarkan data pada penelitian ini terdapat penurunan pada *Return On Investment* (ROI), dan *Return On Asset* (ROA) pada tahun 2016-2017, yang menunjukkan Perusahaan mengalami kinerja keuangan yang kurang baik dilihat dari sisi rasio profitabilitas. Hal ini tidak sesuai dengan teori Wihana Kirana Jaya dan Philip Kotler. Semakin besar profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar *Market Share* (Pangsa Pasar), sebaliknya jika profitabilitas perusahaan menurun maka *Market Share* Perusahaan tersebut juga akan menurun. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk Periode 2016-2019. Rasio Profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC). Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji Normalitas, uji multikoleniaritas, uji heteroskedestisitas dan uji Autokorelasi. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji Hipotesis yang digunakan adalah koefisien Determinasi (R^2), Uji Parsial (Uji t), dan Uji Simultan (Uji F). Penelitian ini dilakukan pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk, secara tidak langsung dengan mengumpulkan data penelitian yang bersumber dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) dari tahun 2016-2019. Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa ROE, ROI, ROA dan RBC memiliki hubungan terhadap *Market Share* dengan nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 85,5% yang artinya secara parsial *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh terhadap *Market Share*. Sedangkan pengaruh *Return On Equity* (X1), *Return On Investment* (X2), *Return On Asset* (X3) dan *Risk Based Capital* (X4) secara simultan terhadap *Market Share* (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $63,546 > F$ tabel 2,58 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent *Market Share* (Y).

Kata Kunci : *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA), *Risk Based Capital* (RBC) dan *Market Share*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah sebagai ungkapan rasa syukur yang ikhlas sebagai wujud penghambaan diri kepada dzat yang Maha Agung, tempat mengembalikan segala urusan, dialah Allah SWT. Karena atas rahmatnya, hidayah dan inayah penulis dapat menyelesaikan tulisan skripsi ini. Shalawat beriring salam tak lupa penulis limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, suri tauladan bagi umatnya yang membawa ajaran Islam sebagai rahmatan lil`alamin.

Untuk menyelesaikan pendidikan formal di tingkat perguruan tinggi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU, maka disusunlah sebuah karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi Kasus**

Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk. Periode 2016-2019) merupakan karya tulis yang telah penulis rampungkan. Dalam proses penulisan skripsi ini, tentu penulis tidak bisa menghindar dari berbagai kesulitan dan hambatan tetapi berkat kemauan penulis dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ucapan teristimewa yang tulus dan penuh bakti kepada Ibunda Darnawati (Alm) dan Ayahanda Nurdin yang telah mengasuh, mendidik, membantu, mendoakan dan telah banyak berkorban moril dan materil dengan penuh kesabaran dan keikhlasan yang tiada tara serta motivasi sejak buaian hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Dan kepada Kakak saya Fitria Handayani, S.Pd yang telah membantu dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA selaku Ketua Jurusan Asuransi Syariah yang telah banyak memberikan masukan terhadap materi dan isi dari skripsi ini.
5. Ibu Dr. Marliyah, M.Ag sebagai Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan terhadap materi dan isi dari skripsi ini. Terimakasih atas saran-saran yang diberikan kepada penulis sehingga penulis banyak belajar dari saran tersebut, dan mudah-mudahan apa yang telah diberikan kepada penulis akan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
6. Ibu Laylan Syafina, M.Si sebagai Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan dan petunjuk dalam metodologi penulisan skripsi ini. Terimakasih atas saran-saran yang diberikan kepada penulis sehingga penulis banyak belajar dari saran tersebut, dan mudah-mudahan apa yang telah diberikan kepada penulis akan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
7. Bapak dan Ibu dosen serta staff pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU yang telah membekali penulis dengan berbagai ladang ilmu pengetahuan, semoga melalui diri ini bisa bermanfaat untuk kemaslahatan umat.
8. Teman-teman pejuang toga diantaranya; Dini Yunila Tanjung, Khairunisa Idama Dalimunthe, Monika Daulay, Fenna Rizki Ananda, Dinda Novalia Putri Hasibuan, Icha Kurnia Sari, Anisyah Andryani, dan Iin Sugiarti,. Mudah-mudahan jalinan persahabatan ini tak sampai disini saja.
9. Wiskarni, Sri Raudhatul Jannah, Ayu Risna Sari, Rina Yanti dan Elvi Zahra yang telah banyak membantu dan selalu memberikan dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Cucu Cut Nun yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar

tidak menyerah dalam mengerjakan skripsi.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, sehingga dapat dijadikan acuan dalam penulisan karya-karya ilmiah selanjutnya. Terima Kasih, Wassalam.

Medan, 18 Desember 2020

Penulis



Meisa Fadma
NIM. 0505161028

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
F. Batasan Istilah	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
A. Kajian Teoritis.....	9
1. Rasio Profitabilitas	9
2. Konsep <i>Market Share</i>	12
3. Konsep Asuransi Syariah	17
B. Penelitian Sebelumnya	29
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesa.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	35
D. Data Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Definisi Operasional.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	38

	1. Uji Asumsi Klasik.....	38
	a. Uji Normalitas.....	38
	b. Uji Multikolinearitas	39
	c. Uji Heteroskedastisitas.....	39
	2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
	3. Uji Hipotesis	41
	1) Koefisien Determinasi (R^2).....	41
	2) Uji Parsial (Uji t).....	41
	3) Uji Simultan	42
BAB	IV TEMUAN PENELITIAN.....	43
	A. Gambaran Umum PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk	43
	B. Uji Asumsi Klasik	49
	1. Uji Normalitas.....	49
	2. Uji Multikolinearitas	50
	3. Uji Heteroskedastisitas.....	51
	C. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
	D. Uji Hipotesis	53
	1. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
	2. Uji Parsial (Uji t).....	53
	3. Uji Simultan (Uji F).....	55
	E. Interpretasi Hasil Penelitian	56
BAB V	PENUTUP	60
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran.....	61
	DAFTAR PUSTAKA	62
	LAMPIRAN.....	65
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

DAFTAR TABEL

1.1 Data Rasio Keuangan PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk Periode 2016-2019	5
2.1 Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional	26
2.2 Kajian Terdahulu.....	29
3.1 Definisi Operasional.....	36
4.1 Hasil Uji Kolmogorov- Smirnov.....	49
4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.3 Hasil Uji Glejser.....	51
4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.6 Hasil Uji Parsial (Uji t)	54
4.7 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	55

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
4.1 Sejarah Singkat JMAS	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Titik Persentase Distribusi t (df= 1 – 48)	65
Lampiran 2 Titik Persentase Distribusi F (df= 1 – 45)	68
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS 20.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan bukan Bank mulai banyak didirikan pada tahun 1972. Pengertian Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. KEP-38/MK/IV/1972 ialah semua lembaga/badan yang melakukan aktivitas keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung menghimpun dana dari masyarakat dengan menerbitkan surat-surat berharga dan menyalurkan dana tersebut untuk membiayai investasi di berbagai perusahaan.¹ Beberapa diantaranya Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yang masih eksis sampai sekarang adalah Koperasi Simpan Pinjam, Perum Pegadaian, Perusahaan Leasing, Perusahaan Modal Ventura, Pasar Modal, Perusahaan Dan Pensiun dan Perusahaan Asuransi.

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 pasal 1 ayat 2 tentang Asuransi Syariah, menyatakan bahwa asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri dari pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi. Sedangkan Usaha Asuransi Jiwa Syariah adalah usaha pengelolaan risiko berdasarkan Prinsip Syariah guna saling menolong dan melindungi dengan memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggal atau hidupnya peserta, atau pembayaran lain kepada peserta atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/ atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

¹Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 15.

Market share Asuransi Jiwa Syariah masih sangat rendah jika dibandingkan asuransi jiwa konvensional yang saat ini masih mendominasi. Rendahnya *Market Share* Asuransi Syariah menandakan masih adanya masalah pada instrumen keuangan syariah, apakah disebabkan karena produk asuransi syariah yang tidak menarik atau karena kinerja perusahaan asuransi syariah yang rendah sehingga masyarakat masih belum percaya terhadap asuransi berbasis syariah. *Market share* sendiri sebenarnya dapat ditingkatkan dengan melakukan kinerja terbaik melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Di tengah dinamika persaingan yang tinggi saat ini, sebuah tantangan besar bagi industri untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam rangka meningkatkan kinerja. Hal ini memerlukan strategi yang baik untuk meningkatkan keuntungan. Strategi awal yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi dan menilai kinerja keuangan dengan melihat tingkat profitabilitas dari laporan keuangan perusahaan. Pengukuran kinerja dapat menghasilkan informasi yang berguna terkait dengan aliran dana, penggunaan dana, termasuk efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan dana tersebut. Dengan mengevaluasi kinerja, perusahaan dapat melihat kondisi perusahaan dan perkembangannya pada waktu tertentu.

Asuransi sebagai suatu perusahaan atau entitas ekonomi juga membuat laporan keuangan untuk menunjukkan informasi dan posisi keuangan yang disajikan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) tahun 2004 No. 1, tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan laporan keuangan untuk mengukur *ratio profitabilitas* perusahaan yang mungkin dipengaruhi oleh *Market Share*.

Penjualan pada perusahaan asuransi tercermin pada premi bruto yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar pangsa pasar semakin tinggi penjualan

(premi bruto) perusahaan, maka semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perhitungan laba (*profitabilitas*) perusahaan. Dalam menganalisis laporan keuangan untuk melihat apakah suatu perusahaan kinerja keuangannya baik atau tidak, maka dapat dilihat dengan menggunakan rasio keuangan. Adapun rasio keuangan yang umum digunakan dalam melihat kinerja keuangan perusahaan asuransi adalah rasio profitabilitas, liabilitas dan solvabilitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rasio profitabilitas.

Perusahaan asuransi baik itu perusahaan Syariah maupun perusahaan unit usaha Syariah patut mempertahankan eksistensinya. Salah satu elemen yang penting bagi perusahaan yaitu keuangan. Kondisi dan kinerja keuangan yang baik dan sehat dapat menjamin perusahaan asuransi agar tetap diminati dan dipercaya melayani kebutuhan masyarakat sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.

Menurut Wihana Kirana Jaya menyatakan bahwa pangsa pasar (*Market Share*) berhubungan sangat erat terhadap tingkat keuntungan (*Profitabilitas*) perusahaan. Dengan tingkat *profitabilitas* kinerja keuangan perusahaan dapat diketahui apakah perusahaan dapat mengelola sumber daya dengan baik atau tidak. Karena tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemilik (pemegang saham) dan mensejahterakan karyawan.²

Menurut Philip Kotler perusahaan yang agresif berupaya terus meningkatkan pangsa pasarnya (*Market Share*) untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal ini adalah rasio keuangannya. Tujuannya adalah mencapai keuntungan yang maksimal. Namun tidak semua perusahaan yang meningkatkan pangsa pasarnya. Keuntungannya akan meningkat karena biaya untuk membeli pangsa pasar bisa jadi lebih besar dibanding pendapatan yang diterimanya. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor sebelum mengejar pangsa pasarnya.³

²Wihana Kirana Jayaa, *Ekonomi Industri Edisi ke 2* (Yogyakarta: BPFE, 2001) h. 213

³PhilipKotler dan Gery Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), jilid II, h.235.

Salah satu perusahaan asuransi jiwa Syariah di Indonesia ialah asuransi jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk (JMAS) yang didirikan oleh KOSPIN JASA dan insan-insan pelaku ekonomi Koperasi Indonesia. JMAS didirikan pada tanggal 15 Agustus 2014 dengan akta No 22 dari Notaris dan telah mendapatkan pengesahan beserta akta perubahan terakhir dengan No 102 pada 26 Juni 2015. JMAS juga telah mendapatkan pengesahan dari OJK dengan KEP-96/D.05/2015 untuk beroperasi sebagai asuransi jiwa Syariah pada September 2015.⁴

Untuk melihat kondisi keuangan suatu perusahaan maka digunakan laporan keuangan, adapun metode yang lazim digunakan oleh pemerintah dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menilai kondisi keuangan perusahaan asuransi yaitu dengan metode *Risk Based Capital* (RBC) dan dapat dilihat dengan menggunakan rasio keuangan. Adapun rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat kinerja keuangan perusahaan asuransi adalah Rasio laba bersih terhadap ekuitas dana perusahaan (ROE), Rasio pendapatan investasi terhadap rata-rata investasi (ROI), Rasio laba bersih terhadap total asset (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC).

Dilihat dari Rasio Keuangan pada laporan keuangan seperti Rasio laba bersih terhadap rasio laba bersih terhadap ekuitas dana perusahaan (ROE), rasio pendapatan investasi terhadap rata-rata investasi (ROI), total asset (ROA), dan Rasio Batas Tingkat Solvabilitas Dana Perusahaan (RBC) adalah sebagai berikut.

⁴Jmasyariah.com/profil-perusahaan

Tabel 1.1
Data Rasio Keuangan PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk
Periode 2016-2019

ROE	ROI	ROA	RBC	MARKET SHARE	TAHUN
1,1%	8,1%	0,6%	1126,96%	4,46%	2019
0,4%	9,6%	0,3%	993,79%	2,98%	2018
-1,7%	5,5%	-1,1%	1990,13%	3,47%	2017
0,2%	6,9%	0,2%	126,45%	2,20%	2016

Sumber: Annual Report JMAS (2017,2018 dan 2019)

Berdasarkan data pada penelitian ini terdapat penurunan pada *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI) dan *Return On Asset* (ROA) pada tahun 2016-2017, yang menunjukkan Perusahaan mengalami kinerja keuangan yang kurang baik dilihat dari sisi rasio profitabilitas. Hal ini tidak sesuai dengan teori Wihana Kirana Jaya dan Philip Kotler. Semakin besar profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar *Market Share* (Pangsa Pasar), sebaliknya jika profitabilitas perusahaan menurun maka *Market Share* Perusahaan tersebut juga akan menurun.

Dari latar belakang diatas maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **ANALISIS PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP MARKET SHARE ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi Kasus Pada PT ASURANSI JIWA SYARIAH JASA MITRA ABADI Tbk. Periode 2016-2019).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka permasalahan yang dapat diteliti diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
2. Bagaimana pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
3. Bagaimana pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.

4. Bagaimana pengaruh *Risk Based Capital* (RBC) terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
5. Bagaimana pengaruh *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) secara simultan terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
6. Bagaimana pengaruh rasio Liabilitas terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
7. Bagaimana pengaruh rasio Solvabilitas terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang diharapkan, maka penulis hanya membatasi penelitian ini dengan mengkaji *Market Share* (Pangsa Pasar) dan Rasio Keuangan yang digunakan adalah rasio Profitabilitas yang terdiri dari *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Assets* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC).

D. Perumusan Masalah

1. Apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk?
2. Apakah *Return On Investment* (ROI) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk?
3. Apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk?
4. Apakah *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk?
5. Apakah *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh secara simultan terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

- a. Untuk mengetahui apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
- b. Untuk mengetahui apakah *Return On Investment* (ROI) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
- c. Untuk mengetahui apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
- d. Untuk mengetahui apakah *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.
- e. Apakah *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Asset* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh secara simultan terhadap *Market Share* PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk.

2. Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Secara praktis, dapat dijadikan referensi bagi perusahaan untuk memilih strategi yang tepat dalam meningkatkan Profitabilitas Perusahaan Asuransi Syariah untuk memperoleh *Market Share* yang tinggi.
- b. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian kedepannya yang serupa.

F. Batasan Istilah

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka penelitian ini dibatasi pada istilah:

1. Pangsa Pasar (Market Share) dalam asuransi jiwa syariah adalah keberhasilan perusahaan menguasai pasar dalam bentuk persentase penjualan produk.
2. Rasio Profitabilitas pada perusahaan digunakan untuk menganalisis dan mengukur tingkat kesehatan dan kinerja keuangan perusahaan asuransi sehingga dari analisis tersebut perusahaan bisa mengetahui kondisi keuangan apakah sedang mengalami kenaikan / penurunan.
3. Asuransi syariah adalah asuransi yang transparan dimana tertanggung dan penanggung saling mengikat diri melalui akad yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram, dan maksiat.
4. Asuransi Jiwa Syariah memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta. Adapun Produk yang dimiliki PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk, ada dua macam produk, yaitu JMA Individu dan JMA Kumpulan. JMA Individu adalah Produk JMA Syariah yang menghadirkan solusi perencanaan keuangan syariah untuk individu melalui berbagai produk proteksi dan investasi yang tidak hanya memberikan ketenangan hidup, tetapi juga menciptakan hubungan silaturahmi dan saling berbagi antara Anda dengan nasabah lainnya. Sedangkan JMA Kumpulan adalah Produk JMA Syariah yang menghadirkan berbagai produk asuransi jiwa dan jaminan biaya kesehatan yang dirancang khusus untuk peserta kumpulan (perusahaan, lembaga pemerintahan, organisasi nonpemerintah, serta komunitas), sehingga memberikan ketenangan dan kebahagiaan bagi karyawan, pegawai, anggota organisasi, serta relawan dalam bekerja.

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis

1. Rasio profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan menghasilkan laba secara efektif dan efisien. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan pendapatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Intinya adalah profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan.¹

Profitabilitas merupakan dasar dari adanya keterkaitan antara efisiensi operasional dengan kualitas jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tujuan analisis profitabilitas sebuah perusahaan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.²

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada didalam laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Penilaian profitabilitas suatu perusahaan bermacam-macam tergantung pada perbandingan laba perusahaan dengan asset. Dalam beberapa teori rasio profitabilitas perusahaan terdiri dari:

a. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini

¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan ke-3, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010) h.196.

²Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono, *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: BPFE, 2002) h.548.

berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.³

Return On Equity (ROE) adalah rasio rentabilitas yang menunjukkan berapa persen yang diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik.⁴ *Return On Equity* (ROE) dapat dirumuskan sebagai berikut:⁵

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Rata - rata Equity}} \times 100\%$$

b. *Return On Investment* (ROI)

Return On Investment (ROI) merupakan rasio perbandingan antara laba setelah pajak dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.⁶ ROI menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.⁷ Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :⁸

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. *Return On Assets* (ROA)

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam memperoleh laba secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik pula posisi bank dari segi penggunaan asset.⁹

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam satu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan

³I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 22.

⁴ Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Krisisi Atas Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 305.

⁵ Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 3/30/DPNP/2001 tentang Pedoman Perhitungan Rasio Keuangan.

⁶ Martono dan Agus Harjito, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001), h. 60.

⁷Munawir, *Analisa Laporan Keuangan*. (Yogyakarta: Liberty, 2004), h.89.

⁸ Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi*, (Jakarta: Grafindo, 2004), h.73.

⁹ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h.118.

tersebut.¹⁰ Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam suatu periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.¹¹

d. *Risk Based Capital* (RBC) / Rasio Tingkat Solvabilitas

Risk Based Capital (RBC) / Rasio Tingkat Solvabilitas merupakan rasio yang mengukur tingkat kesehatan dan keamanan finansial perusahaan asuransi. Semakin besar rasio yang diperoleh maka semakin baik kondisi keuangan perusahaan asuransi tersebut. Rasio ini sangat penting terutama bagi peserta asuransi dalam hal pengajuan klaim, pun bagi perusahaan karena kewajiban dalam menjamin risiko dapat terjadi setiap saat.

Rasio *Risk Based Capital*/RBC merupakan tolak ukur kesehatan keuangan perusahaan asuransi. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No.63 tahun 2004, *Risk Based Capital* (RBC) adalah suatu ukuran yang menginformasikan tingkat keamanan finansial atau Kesehatan suatu perusahaan asuransi yang harus dipenuhi oleh perusahaan asuransi dengan rasio tertentu, yaitu minimal 120% bagi asuransi non Syariah dan minimal 30% bagi asuransi Syariah.

Rasio solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban - kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi. Rasio ini dapat dihitung dari pos-pos yang sifatnya jangka panjang seperti aktiva tetap dan utang jangka panjang. Solvabilitas merupakan istilah yang digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan

¹⁰Sutrisno, *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2009), h.53.

¹¹Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan*, (Lampulo: Alfabeta, 2011), h.2.

dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya apabila perusahaan dilikuidasi. Secara umum solvabilitas dapat dihitung dengan membagi total.¹²

$$\text{RBC} = \frac{\text{Tingkat Solvabilitas}}{\text{Batas Tingkat Solvabilitas Minimum}} \times 100\%$$

2. Konsep *Market Share*

a. Pengertian *Market Share*

Pasar adalah sebuah tempat yang terbentuk atas kumpulan konsumen potensial dengan kebutuhan yang berbeda dan mempunyai keinginan yang sama untuk melakukan transaksi guna memenuhi kebutuhan mereka. Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan pengaruh perusahaan atau produknya di pasar, maka perlu diupayakan kesinambungan atau secara terus menerus mengadakan peningkatan penjualan produk dibarengi dengan mengadakan peningkatan produk.

Pada dasarnya pemasaran (marketing) adalah suatu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan membujuk masyarakat agar mau membeli barang dan jasanya. Pemasaran (marketing) merupakan suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memenuhi permintaan yang ada di pasar dan untuk mendapatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu, pemasaran (marketing) juga bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Oleh karena itu kita harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tujuan dari pemasaran (marketing) itu dapat tercapai atau lebih dikenal sebagai konsep pemasaran (*Marketing Concept*).

Pangsa Pasar (*market share*) adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori sama.¹³

¹²Budi Roharjo, *Laporan Keuangan Perusahaan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2002), Cet 1, h.112

¹³Thorik Gunara, *Marketing Muhammad "Strategi andal dan jitu praktik bisnis Nabi Muhammad SAW"* (Bandung: Masania Prima, 2007) h. 31.

Menurut Philip Kotler Pangsa pasar adalah pasar yang dikuasai oleh perusahaan. Peningkatan pangsa pasar berarti perusahaan dapat menguasai pesaingnya dan jika pangsa pasar menurun, berarti perusahaan kalah dengan pesaingnya.¹⁴

Saat ini persaingan perusahaan dalam memperebutkan pangsa pasar (market share) yang semakin ketat. Perusahaan harus semakin pintar dalam melihat kebutuhan konsumen, karena yang dapat bertahan pada pangsa pasar yang sama adalah perusahaan yang dapat memberikan apa yang diinginkan konsumen.

Suwarsono Muhamad menyebutkan Seluruh aktifitas perusahaan lebih banyak pengeluaran. Sedangkan penjualan merupakan penerimaan. Dalam asuransi penjualan tercermin pada premi bruto yang dihasilkan oleh perusahaan. Jadi semakin besar pangsa pasar atau semakin tinggi penjualan relative (premi bruto) perusahaan dalam industry berarti semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perhitungan laba perusahaan. Perusahaan dikuasai sebagian indikator terpenting dari profit perusahaan.¹⁵

b. Ukuran *Market Share*

Menurut Philip Kotler penjualan perusahaan tidak mengungkapkan sebaik apa kinerja perusahaan dibandingkan pesaingnya. Untuk tujuan ini, perusahaan perlu melihat pangsa pasarnya. Jika pangsa pasar perusahaan meningkat, berarti perusahaan mengungguli pesaingnya; jika menurun, perusahaan kalah dari pesaingnya. Kesimpulan ini diperoleh dari analisis pangsa pasar yang memiliki kualifikasi berikut: Langkah pertama dalam menggunakan analisis pangsa pasar adalah menentukan ukuran pangsa pasar mana yang akan digunakan. Terdapat empat ukuran yang berbeda.

1. Pangsa pasar keseluruhan: pangsa pasar perusahaan keseluruhan adalah penjualannya yang dinyatakan sebagai persentase dari penjualan pasar total. Diperlukan dua keputusan untuk menggunakan ukuran ini. Yang

¹⁴Philip Kotler dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Selemba Empat, 2001), h. 970.

¹⁵ Muhamad Suwarsono, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Grafindo, 2003), h. 63.

pertama adalah apakah menggunakan penjualan dalam unit atau penjualan dalam dolar untuk menyatakan pangsa pasar.

2. Pangsa pasar yang dilayani: pangsa pasar yang dilayani perusahaan adalah penjualannya yang dinyatakan sebagai presentase total penjualan terhadap pasar yang dilayaninya. Pasar yang dilayaninya adalah semua pembeli yang dapat dan ingin membeli produknya. Pangsa pasar yang dilayani perusahaan selalu lebih besar daripada pangsa pasar yang keseluruhan. Suatu perusahaan dapat memperoleh 100% pasar yang dilayani namun hanya memiliki pangsa yang relative kecil untu pasar total. Tugas pertama perusahaan adalah untuk mendapatkan pangsa yang besar dari pasar yang dilayaninya. Sebagai pendekatannya untuk mencapai tujuan ini, ia harus menambah lini produk dan teritori baru untuk memperluas pasar yang dilayaninya.
3. Pangsa pasar relatif (untuk tiga pesaing puncak): ini berarti menyatakan penjualan perusahaan sebagai presentase dari penjualan gabungan tiga pesaing terbesar. Jika perusahaan memiliki 30% pasar dan kedua pesaing terbesarnya memiliki 20 dan 10% maka pangsa pasar relative perusahaan ini adalah $50\% = 30/60$. Jika masing-masing dari ketiga perusahaan ini memiliki $33\frac{1}{3}\%$ pasar, maka pangsa pasar perusahaan masing-masing adalah $33\frac{1}{3}\%$. Pangsa pasar relatif 33% terbilang kuat.
4. Pangsa pasar relatif (terhadap pesaing pemimpin): beberapa perusahaan melihat pangsa mereka sebagai presentase dari penjualan pesaing pemimpin. Pangsa pasar relatif lebih besar dari 100% berarti pemimpin pasar. Pangsa pasar relatif tepat 100% berarti perusahaan tersebut memimpin bersama. Kenaikan dalam pangsa pasar relative perusahaan berarti ia mengungguli pesaing pemimpinnya.

Setelah memilih ukuran pangsa pasar mana yang digunakan, perusahaan harus mengumpulkan data-data yang diperlukan, pangsa pasar keseluruhan biasanya merupakan ukuran yang paling banyak tersedia karena hanya membutuhkan penjualan industri total, dan ini sering kalitersedia pada pemerintah atau publikasi asosiasi perdagangan. Memperkirakan pangsa pasar yang dilayani

lebih sulit: ini antara lain dipengaruhi oleh perubahan-perubahan dalam lini produk perusahaan dan cakupan pasar geografis. Memperkirakan pangsa pasar relatif bahkan lebih sulit lagi karena perusahaan harus menggunakan cara tak langsung, seperti mempelajari tingkat pembelian bahan mentah pesaing atau jumlah *shift* operasi mereka. Untuk bidang barang konsumsi, pangsa pasar merkeindividual tersedia melalui toko-toko sindikat dan yayasan konsumen.¹⁶

Pangsa pasar relatif lebih sulit untuk diperoleh dari pada angka penjualan. Untuk menghitung pangsa pasar, eksekutif pemasaran perlu mengetahui lebih dahulu total pasarnya. Setelah itu, ia perlu mengetahui berapa penjualan produknya dan total penjualan dari para pesaingnya. Karena kegunaan angka pangsa pasar yang demikian strategis, perusahaan yang berada dalam industri yang kompetitif sudah pasti akan berusaha mencari tahu berapa pangsa pasar produknya. Angka penjualan bias saja naik, tetapi pangsa pasarnya turun. Misalnya, bila tingkat penjualan naik 10% tetapi total pasarnya tumbuh lebih dari 10%, maka sesungguhnya pangsa pasarnya menurun. Ada banyak cara untuk menghitung pangsa pasar, dari yang paling mudah hingga yang relative kompleks. Pemilihan cara sangat tergantung pada ketersediaan data dan tujuan yang ingin kita capai. Cara yang paling mudah menggunakan data sekunder. Data sekunder juga dapat diperoleh lewat publikasi komersial.¹⁷

Roger Best, seorang akademisi pemasaran ternama memformulasikan model pembentukan pangsa pasar yang sangat menarik. Menurutnya, ada beberapa komponen pembentukan pangsa pasar. Rumus sederhana yang dapat digunakan adalah:

$$\text{Pangsa Pasar} = F (\text{awareness} \times \text{product attractiveness} \times \text{purchase intention} \times \text{availability}).$$

Model ini cukup sederhana. Berdasarkan pengalaman Frontier dalam menggunakan model ini sebagai acuan untuk membaca hasil-hasil riset, model ini

¹⁶Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 970-971.

¹⁷Handi Irawan D, *Winning Strategy (Strategi Efektif Merebut & Mempertahankan PangsaPasar)*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 3-4.

cukup inspirasional. Pemasar dapat dengan mudah mengetahui penyebab turun atau naiknya pangsa pasar produk yang menjadi tanggung jawabnya.

c. Faktor yang mempengaruhi *Market Share*

Elemen dalam pemasaran produk meliputi produk, harga, distribusi dan motivasi karyawan, proses dan fasilitas fisik sebagai faktor tertentu yang terkait dengan pemasaran bank. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pangsa pasar bank dibagi menjadi faktor kualitatif dan kuantitatif. Faktor kualitatif yang berhubungan dengan pandangan, perasaan, dan pendapat dari nasabah sedangkan faktor kuantitatif adalah hasil dari kinerja keuangan perbankan yang tercatat di rekening keuangan dan tidak berhubungan dengan pendapat nasabah atau karyawan. Berikut merupakan kerangka konseptual *Market Share*:¹⁸

1) Motivasi

Gabungan iklan di media dan *face to face*, berperan aktif dalam pertemuan-pertemuan profesional dan menyediakan imbalan.

2) Karyawan

Meningkatkan gaji dan tunjangan, memberi penghargaan berdasarkan produktifitas, dan manajemen sumber daya manusia dalam perekrutan karyawan.

3) Proses

Menyediakan teknologi baru untuk mempercepat, memfasilitasi layanan nasabah, dan memperpendek proses produksi.

4) Produk

Layanan yang beragam, layanan yang berbeda, meningkatkan kualitas layanan, keuangan, dan nasihat profesional.

5) Harga

Meningkatkan minat simpanan, menurunkan minat pinjaman, inovasi akad, mengurangi biaya-biaya, dan meningkatkan produktifitas.

6) Distribusi

¹⁸Erwin Saputra Siregar, Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia”, Tesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2017, hlm. 24.

Memilih lokasi terbaik untuk kantor cabang, hadir di daerah terpencil, dan memberikan fasilitas spesial untuk nasabah khusus. Faktor-faktor ini merupakan rasio kinerja utama dari sistem perbankan. Jika manajer tidak memperhatikan faktor-faktor ini dalam pemasaran, bank akan berada dalam bahaya, sementara peningkatan *market share* tidak memiliki efek pada peningkatan pendapatan dari pemegang saham yang mengakibatkan tidak baik dalam ekonomi, sosial, dan iklan.¹⁹

3. Konsep Asuransi Syariah

a. Sejarah Perkembangan Asuransi Syariah

Asuransi syariah mulai dikenal di Eropa Barat pada abad pertengahan yang berupa asuransi kebakaran. Pada abad 13 dan 14 berkembang asuransi angkutan laut. Asuransi jiwa baru dikenal pada abad 19. Pada abad ini Ibnu Abidin (1784-1836) M, Muhammad Nejatullah al-Siddiqi, Muhammad Muslehuddin, Fazlur Rahman, Mannan, Yusuf al-Qardhawi, Mohd Ma'shum Billah, merupakan deretan ulama ternama yang hidup di era abad modern. Di sisi lain, kajian tentang asuransi merupakan sebuah paket dari kajian ekonomi Islam yang biasanya selalu dikaji bersama-sama dengan pembahasan perbankan dalam Islam. Jadi, asuransi Islam atau asuransi syariah merupakan hasil pemikiran ulama kontemporer.

Mengutip pernyataan Nejatullah al-Siddiqi, bahwa asuransi syariah harus membawa unsur tolong-menolong, seperti apa yang terjadi di awal sejarah asuransi yang menjadikan prinsip tolong-menolong sebagai unsur utama didalamnya. Seorang ahli hukum Mazhab Hanafi mendiskusikan ide asuransi dan dasar-dasar hukumnya. Dia adalah orang pertama yang melihat asuransi sebagai sebuah lembaga resmi, bukan sebagai praktik adat. Pada masyarakat Arab terdapat sistem *aqilah* yang merupakan kebiasaan sejak masa sebelum Islam. Prinsip *aqilah* memang didasarkan pada kejadian tidak sengaja atau kekeliruan yang menyebabkan hilangnya nyawa seseorang sehingga yang lain (*aqilah*) menanggung kompensasi terhadap ahli waris korban. Beban kompensasi ini tidak ditanggung oleh si pembuat kekeliruan.

¹⁹Erwin Saputra Siregar, "Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia", hlm. 26.

Adapun perkembangan asuransi syariah di Indonesia baru ada pada paruh akhir tahun 1994, yaitu dengan berdirinya Asuransi Takaful Indonesia pada tanggal 25 Agustus 1994, dengan diresmikannya PT Asuransi Takaful Keluarga melalui SK Menkeu No. Kep-385/KMK.017/1994. Pendirian Asuransi Takaful Indonesia diprakarsai oleh Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dipelopori oleh ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Pejabat dari Departemen Keuangan, dan Pengusaha Muslim Indonesia.

Melalui berbagai sumber nasional dan setelah mengadakan studi banding dengan Takaful Malaysia, akhirnya berdirilah PT Syarikat Takaful Indonesia (PT STI) sebagai Holding Company pada tanggal 24 Februari 1994. Kemudian PT STI mendirikan 2 anak perusahaan, yakni PT Asuransi Takaful Keluarga (*Life Insurance*) dan PT Asuransi Takaful Umum (*General Insurance*). PT Asuransi Takaful Keluarga diresmikan lebih awal pada tanggal 25 Agustus 1994 oleh Bapak Mar'ie Muhammad selaku Menteri Keuangan saat itu. Setelah keluarnya izin operasional perusahaan pada tanggal 4 Agustus 1994.

b. Pengertian Asuransi Syariah

Dalam bahasa Arab Asuransi disebut *at-ta'min*, penanggung disebut *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'amman lahu* atau *musta'min*. *At-Ta'min* diambil dari kata *amana* yang artinya memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.²⁰ Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 21/DSN-MUI/IX/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah disebutkan bahwa Asuransi Syariah (*ta'min, takaful, tadhmun*) dalam Fatwa DSN MUI adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir*

²⁰ Rizki Redhika. "Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah Di Kota Medan" dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol.2 No.5, Mei 2014, h. 325.

(perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram, dan maksiat.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian, yang dimaksud dengan asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian pada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.²¹

Ahli fiqih kontemporer, as-Zuhaili mendefinisikan asuransi berdasarkan pembagian dalam dua bentuk, yaitu *atta'min at ta'awuni* dan *at-ta'min bi qist sabit*. *At-ta'min at ta'awuni* (asuransi tolong-menolong) adalah kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang diantara mereka mendapat kemudharatan. Sedangkan *at-ta'min bi qist sabit* (asuransi dengan pembagian tetap) adalah akad yang mewajibkan seseorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terdiri atas beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapat kecelakaan, maka peserta berhak mendapatkan ganti rugi.²²

Menurut Mushtafa Ahmad Zarqa, makna asuransi secara istilah adalah kejadian. Adapun metodologi dan gambarannya dapat berbeda-beda, namun pada intinya, asuransi adalah cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari resiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya dalam perjalanan kegiatan hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya.²³

²¹Didin Hafinudin, Djamil Fathurrahman, dkk, *Solusi Berasuransi* (Bandung: Karya Kita, 2009) h. 5-6.

²²Netta Agusti, "Sharing Of Risk Pada Asuransi Syariah (TAKAFUL): Pemahaman Konsep Dan Mekanisme Kerja" dalam *Jurnal Membangun Profesionalisme Manajemen Dakwah* Vol.3, No.2, Juli-Desember 2017, h. 187.

²³Khahlil Jafri, *Asuransi Syariah (Konsep dan Aplikasi)*, (Jakarta: Prenhalindo, 2001), h. 215-216.

Menurut Al-Fanjari mengartikan *tadhamun*, *takaful*, *at-ta'min* atau asuransi syariah dengan pengertian saling menanggung atau bertanggung jawab sosial. Ia juga membagi *ta'min* kedalam tiga bagian, yaitu *ta'min at-taawuniy*, *ta'min al-tajari*, dan *ta'min al hukumiy*.²⁴

Dalam Ensiklopedia Indonesia disebutkan bahwa asuransi ialah jaminan atau perdagangan yang diberikan oleh penanggung (misalnya kantor asuransi) kepada yang bertanggung untuk resiko kerugian sebagai yang ditetapkan dalam surat perjanjian (polis) bila terjadi kebakaran, pencurian, kerusakan dan sebagainya ataupun mengenai kehilangan jiaa (kematian) atau kecelakaan lainnya, dengan yang bertanggung membayar premi sebanyak yang ditentukan kepada penanggung tiap-tiap bulan.

Dalam buku '*Aqdu at-Ta'min wa Mauqifu asy-Syari'ah al-Islamiyyah Minhu, az-Zarqa* juga mengatakan bahwa sistem asuransi yang dipahami oleh para ulama hukum (syariah) adalah sebuah sistem *ta'awun* dan *tadmahun* yang bertujuan untuk menutupi kerugian peristiwa-peristiwa atau musibah-musibah. Tugas ini dibagikan kepada sekelompok bertanggung, dengan cara memberikan pengganti kepada orang yang tertimpa musibah. Pengganti tersebut diambil dari kumpulan premi-premi mereka. Mereka (para ulama ahli syariah) mengatakan bahwa dalam penetapan semua hukum yang berkaitan dengan kehidupan sosial dan ekonomi, islam bertujuan agar suatu masyarakat hidup berdasar atas asas saling menolong dan menjamin dalam pelaksanaan hak dan kewajiban.²⁵

Dari definisi di atas tampak bahwa asuransi syariah bersifat saling melindungi dan tolong-menolong yang disebut dengan "*ta'awun*". Yaitu, prinsip hidup saling melindungi dan saling menolong atas dasar ukhuwah islamiah antara sesama anggota peserta Asuransi Syariah dalam menghadapi malapetaka (risiko).

Oleh sebab itu, premi pada Asuransi Syariah adalah sejumlah dana yang dibayarkan oleh peserta yang terdiri atas Dana Tabungan dan *Tabarru'*. Dana tabungan adalah dana titipan dari peserta Asuransi Syariah (*life insurance*) dan

²⁴Asy'ari Suparmin, *Asuransi Syariah Konsep Hukum dan Operasionalnya*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h. 24.

²⁵Muhammad Syakir Sula, Aaij, Fiis, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h. 29.

akan mendapat alokasi bagi hasil (*al-mudharabah*) dari pendapatan investasi bersih yang diperoleh setiap tahun. Dana tabungan beserta alokasi bagi hasil akan dikembalikan kepada peserta apabila peserta yang bersangkutan mengajukan klaim, baik berupa klaim nilai tunai maupun klaim manfaat asuransi. Sedangkan tabarru' adalah derma atau dana kebijakan yang diberikan dan diikhlasakan oleh peserta asuransi jika sewaktu-waktu akan dipergunakan untuk membayar klaim atau manfaat asuransi (*life maupun general insurance*).

c. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Asuransi syariah masih terbatas dan belum diatur secara khusus dalam undang-undang. Secara lebih teknis operasional perusahaan asuransi/perusahaan reasuransi berdasarkan prinsip syariah mengacu kepada peraturan yang mengatur asuransi secara umum dan sejumlah peraturan yang dikhususkan meregulasi asuransi syariah, antara lain Peraturan Menteri Keuangan No. 18/PMK.010/2010 Tentang Penerapan Prinsip Dasar Penyelenggaraan Usaha Asuransi dan Reasuransi dengan Prinsip Syariah. Disamping itu, perasuransian syariah di Indonesia juga diatur dalam beberapa fatwa DSN MUI, antara lain fatwa DSN MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.²⁶Tampak dalam fatwa ini ditetapkan bahwa asuransi syariah (ta'amin, takaful, atau tadamun) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset tabarru'.²⁷Pada kesempatan kali ini, landasan yang digunakan dalam memberi nilai legalisasi dalam praktik bisnis asuransi syariah adalah: Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW.

a. Q.S Al-Maidah (5): 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-nya”.

²⁶ Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: Kencana, 2009), h. 257.

²⁷ Kuat Ismanto, *Asuransi Syariah Tinjauan Asas-asas Hukum Islam*, h. 261.

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa saling bekerja sama atau salaiing membantu, yang berarti di antara peserta asuransi takaful yang dengan lainnya saling bekerja sama dan saling tolong menolong dalam mengatasi kesulitan yang dialami karena sebab musibah yang diderita.

b. Q.S Al- Hasyir (59): 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

c. Q.S An-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa dasar asuransi syariah adalah larangan untuk riba atau memakan harta orang lain. Kemudian dasar asuransi syariah adalah saling bekerja sama atau saling membantu. Yang berarti di antara peserta asuransi takaful yang satu dengan lainnya saling bekerja sama dan saling tolong menolong dalam mengatasi kesulitan yang dialami karena sebab musibah yang di derita.

d. Prinsip-Prinsip Pengelolaan Asuransi Syariah

Prinsip dalam Asuransi Syariah adalah *Ta'awanu' alal al birr wa al taqwa* (tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa) dan *atta'min* (rasa aman). Prinsip ini menjadikan peserta asuransi sebagai sebuah keluarga besar yang satu

dengan yang lainnya saling menjamin resiko.²⁸ Adapun prinsip tambahan dalam asuransi syariah yaitu.

1. Prinsip ikhtiar dan berserah diri. Allah adalah pemilik mutlak atas segala sesuatu, karena ini menjadi kekuasaannya pula untuk memberikan atau mengambil segala yang dia dikehendaki. Manusia memiliki kewajiban untuk berusaha (ikhtiar) semaksimal kemampuannya dan pada saat yang sama diwajibkan berserah diri (tawakkal) hanya kepada Allah.
2. Prinsip saling membantu dan kerja sama. Asuransi Syariah mengubah kontrak dimana seluruh peserta adalah pihak yang menanggung resiko bersama bukan perusahaan.
3. Prinsip saling melindungi dari berbagai macam kesusahan dan kesulitan dan tidak membiarkan uang mengganggu. Perusahaan bukanlah pemilik dana tetapi hanya diamanatkan untuk mengelolanya.
4. Akad yang digunakan adalah akad yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram, dan maksiat sehingga pihak-pihak yang terikat akad saling bertanggung jawab.²⁹

Akad tersebut harus memenuhi ketentuan:

- a) Hak dan kewajiban peserta dan perusahaan
- b) Cara dan waktu pembayaran premi
- c) Jenis akad apakah akad *tijarah* atau akad *tabarru'* serta syarat-syarat yang disepakati seperti akad, yang pertama akad *Tabarru'* (hibah) digunakan dalam hubungan antara sesama penanggung polis dimana peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong serta lain yang terkena musibah. Oleh karena itu sesama pemegang polis saling menanggung setiap resiko yang ada. Kedua akad *tijarah* (*mudharabah/musyarakah, wakalah bil ujah*), dimana perusahaan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola) dan peserta bertindak sebagai *shahibul mal* (pemegang polis).

²⁸ Gemala Dewi, *Aspek- Aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 146.

²⁹ Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, h. 268.

d) Investasi atas dana yang terkumpul dari klien yang dikelola oleh perusahaan asuransi syariah harus dilakukan sesuai ketentuan syariah.³⁰

e. Produk- Produk Asuransi Syariah

Secara umum, ada dua jenis produk asuransi syariah yang berlaku di Indonesia, yaitu asuransi jiwa syariah, asuransi kerugian syariah, dan asuransi syariah unit link. Dalam perkembangan produk asuransi, sekarang juga telah dikenal asuransi *unit link*. Ketiganya dijelaskan sebagai berikut:

1. Asuransi Jiwa Syariah (*life insurance*)

Menurut UU No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian, yang dinamakan asuransi jiwa yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam pertanggungan yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan.

Menurut Syafi'i Antonio, yang dimaksud Takaful Keluarga (Asuransi jiwa) adalah berbentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta asuransi takaful. Contoh produk takaful keluarga adalah takaful berencana, takaful pembiayaan, takaful pendidikan dan lain-lainnya. Produk asuransi jiwa adalah janji yang tertulis di dalam polis asuransi, yang dibuat oleh penanggung kepada tertanggung, untuk memberikan kompensasi keuangan apabila sesuatu terjadi kepada tertanggung.³¹

Dalam asuransi jiwa syariah terdapat dua rekening opeserta yaitu, pertama rekening tabungan (*participant account*) peserta kedua, rekening khusus (tabarru) (*participant special account*). Rekening ini diniatkan untuk derma dan digunakan untuk membayar klaim kepada ahli waris, apabila diantara peserta yang ditakdirkan meninggal dunia atau mengalami musibah lainnya.

2. Asuransi Kerugian Syariah (*General Insurance*)

Menurut UU No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian, yang dinamakan asuransi kerugian adalah Asuransi Kerugian, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan, manfaat dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa

³⁰*Ibid.*,h. 269.

³¹Muhammad Syafii Antonio, *Prinsip Dasar Operasi Asuransi Takaful Dalam Arbitrase Islam di Indonesia* (Jakarta: Badan Arbitrase Muamalat Indonesia, 1994), h. 150.

yang tidak pasti. Adapun pengertian asuransi kerugian syariah atau dikenal dengan takaful umum, Menurut Muhammad Syafi'i Antonio adalah bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan finansial dalam menghadapi bencana atau kecelakaan atas harta benda milik peserta takaful. Contoh takaful umum adalah takaful kendaraan bermotor, takaful kebakaran, takaful pengangkutan, dan lainnya. Jangka pertanggungungan untuk produk-produk asuransi kerugian, misalnya asuransi kebakaran, kendaraan bermotor, kecelakaan diri, dan lainnya, biasanya berlaku untuk periode satu tahun.³²

3. Asuransi Syariah Unit *link*

Asuransi Syariah unit *link* adalah perlindungan asuransi syariah melalui usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antar sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset. Unit *link* merupakan gabungan asuransi sekaligus investasi ini memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perjanjian) yang sesuai dengan syariah.

Contoh unit *link* syariah adalah produk yang dikeluarkan PT Asuransi Takaful, yaitu Takaful Istiqomah. Produk ini menawarkan cara berinvestasi dengan hasil yang stabil dan resiko yang aman. Manfaat investasi pada produk ini adalah yang pertama, apabila peserta panjang umur sampai dengan akhir perjanjian, maka peserta akan menerima seluruh dana investasi. Kedua, apabila peserta ditakdirkan meninggal dalam masa perjanjian, maka ahli warisnya akan mendapatkan manfaat asuransi (dona santunan) dan seluruh dana investasi.³³

4. Manfaat Asuransi Syariah

Asuransi banyak manfaatnya untuk perorangan, bagi masyarakat maupun bagi perusahaan. Menurut A. Abbas Salim, mengemukakan faedah (manfaat) asuransi sebagai berikut:

- a. Asuransi menyebabkan masyarakat dan perusahaan berada dalam keadaan aman.
- b. Dengan asuransi efisiensi perusahaan dapat dipertahankan, karena risiko dapat dikurangi.

³²*Ibid.*,h. 269

³³Dzulfikar, "Asuransi Takaful Keluarga", <http://www.takaful.com>. Diunduh pada tanggal 22 Desember 2019

- c. Dengan asuransi terdapat suatu kecenderungan, penarikan biaya akan dilakukan seadil mungkin.
- d. Asuransi sebagai dasar pemberian kredit
- e. Asuransi merupakan alat penabung.³⁴

5. Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional

Menurut Muhammad Syakir Sula, Perbedaan yang mendasar antara asuransi syariah dan asuransi konvensional adalah sebagai berikut :³⁵

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional

No	Prinsip	Asuransi Konvensional	Asuransi Syariah
1	Konsep	Perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan pergantian kepada tertanggung.	Sekumpulan yang membantu, saling menjamin, dan bekerja sama, dengan cara masing-masing mengeluarkan dana <i>tabarru'</i> .
2	Asal Usul	Dari masyarakat Babilonia 4000-3000 SM yang dikenal dengan perjanjian Hammurabi. Dan tahun 1668 M di <i>Coffe House</i> London berdirilah <i>Lloyd of London</i> sebagai cikal bakal asuransi konvensional.	Dari <i>Al-Aqilah</i> , kebiasaan suku Arab jauh sebelum islam datang. Kemudian disahkan oleh Rasulullah menjadi hukum islam, bahkan telah tertuang dalam konstitusi pertama di dunia (Konstitusi Madinah) yang dibuat langsung Rasulullah.
3	Sumber Hukum	Bersumber dari pikiran manusia dan kebudayaan. Berdasarkan hukum positif, hukum alami, dan contoh sebelumnya.	Bersumber dari wahyu ilahi. Sumber hukum dalam syariah islami adalah Al-Qur'an, Sunnah, atau kebiasaan rasul, <i>ijma'</i> , Fatwa sahabat, <i>Qiyas</i> , <i>Istihsan</i> , <i>Urf</i> tradisi, dan <i>Maslahah Mursalah</i> .

³⁴ A. Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko* (Jakarta: Raja Grafindo, 2003), h. 112.

³⁵ Muhammad Syakir Sula, Aaij, Fiis, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, h. 326.

4	“Maghrib” (<i>Maisir</i> , <i>Gharar</i> , dan <i>Riba</i>)	Tidak selaras dengan syariah islam karena adanya <i>maisir</i> , <i>gharar</i> , dan <i>riba</i> ; hal yang diharamkan muamalah.	Bersih dari adanya praktek <i>maisir</i> , <i>gharar</i> , dan <i>riba</i> .
5	DPS (Dewan Pengawas Syariah)	Tidak ada, sehingga dalam banyak prakteknya bertentangan dengan kaidah-kaidah syaria’.	Ada, yang berfungsi untuk mengawasi pelaksanaan operasional perusahaan agar terbebas dari praktek-praktek muamalah yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.
6	Akad	Akad jual beli (akad <i>mu’awadhah</i> , akad <i>idz’aan</i> , akad <i>gharar</i> , dan akad <i>mulzim</i>).	Akad <i>tabarru’</i> dan akad <i>ijarah</i> (<i>mudharabah</i> , <i>wakalah</i> , <i>wadiah</i> , <i>syirkah</i> dan sebagainya).
7	Jaminan/ Risk (risiko)	Transfer of Risk, dimana terjadi transfer risiko dari tertanggung kepada penanggung.	<i>Sharing of Risk</i> , dimana terjadi proses saling menanggung antara satu peserta dengan peserta lainnya (<i>ta’awun</i>).
8	Pengelolaan Dana	Tidak ada pemisahaan dana, yang berakibat pada terjadinya dana hangus (untuk produk <i>saving life</i>)	Pada produk-produk (<i>saving life</i>) terjadi pemisahaan dana, yaitu dana <i>tabarru’</i> ‘ <i>derma</i> ’ dan dana peserta, sehingga tidak mengenal istilah dana hangus, sedangkan untuk term <i>insurance (life)</i> dan <i>general insurance</i> semuanya bersifat <i>tabarru’</i>
9	Investasi	Bebas melakukan investasi dalam batas-batas ketantuan perundang-undangan, dan tidak terbatas pada halal dan haramnya obyek atai sistem investasi yang digunakan.	Dapat melakukan investasi sesuai ketentuan perundang-undangan, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah islam. Bebas dari <i>riba</i> dan tempat-tempat investasi yang terlarang.
10	Kepemilikan Dana	Dana yang terkumpul dari premi peserta seluruhnya menjadi milik perusahaan. Perusahaan bebas menggunakan dan menginvestasikan	Dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi, merupakan milik peserta (<i>shohibul mal</i>), asuransi syariah hanya sebagai pemegang amanah (<i>mudharib</i>) dalam

		kemana saja.	mengelola dana tersebut.
11	Unsur Premi	Unsur premi terdiri dari: tabel mortalita (<i>mortality tables</i>), bunga (<i>interest</i>), biaya-biaya asuransi (<i>cost of insurance</i>)	Iuran atau kontribusi terdiri dari: unsur <i>tabarru'</i> dan tabungan (yang tidak mengandung unsur riba). <i>Tabarru'</i> juga dihitung dari tabel mortalita, tetapi tanpa perhitungan bunga teknik.
12	Loading	<i>Loading</i> pada asuransi konvensional cukup besar terutama diperuntukan untuk komisi agen, bisa menyerap premi tahun pertama dan kedua. Karena itu, nilai tunai pada tahun pertama dan kedua biasanya belum ada (masih hangus).	Pada sebagian asuransi syariah, <i>loading</i> (komisi agen) tidak dibebankan pada peserta tapi dari dana pemegang saham. Tapi sebagian lainnya mengambilkan dari sekitar 20-30 persen saja dari premi tahun pertama. Dengan semikian, nilai tunai tahun pertama sudah terbentuk.
16	Misi & Visi	Secara garis besar misi utama dari asuransi konvensional adalah misi ekonomi dan misi social	Misi yang diemban dalam asuransi syariah adalah misi aqidah, misi ibadah (<i>ta'awun</i>), misi ekonomi (<i>iqtishod</i>), dan misi pemberdayaan umat (sosial). ³⁶

³⁶*Ibid.*,h.328.

B. Penelitian Sebelumnya

Dari hasil pengamatan dan pengkajian yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan yang terkait dalam penelitian ini, penulis ingin melampirkan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Analisis pengaruh rasio profitabilitas terhadap *Market Share* perusahaan asuransi jiwa syariah periode 2016-2019. Berikut ini kajian terdahulu mengenai pengaruh rasio profitabilitas terhadap *Market Share* perusahaan asuransi jiwa syariah:

Tabel 2.2 Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul Penelitian, (Tahun)	Keterangan dan Isi Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Tresna Yuliani “Analisis pengaruh <i>Market Share</i> Terhadap Rasio Profitabilitas (studi kasus pada PT. Asuransi Central Asia)”. (2016)	Penelitian ini membahas tentang pengaruh <i>market share</i> terhadap profitabilitas dengan menggunakan sistem ROA Pada PT. Asuransi Central Asia.	Rasio keuangan yang digunakan hanya ROA. Sedangkan Pada penelitian ini menggunakan Rasio Profitabilitas yaitu ROE, ROI, ROA dan RBC.	Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh <i>market share</i> terhadap profitabilitas. ³⁷
2	Martini Anggrerani “pengaruh pangsa pasar, resio leverage, dan rasio intensitas terhadap profitabilitas perusahaan”. (2009)	Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang go public.	Pada penelitian sebelumnya sampel perusahaan menggunakan perusahaan yang go public, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan Asuransi Jiwa full syariah.	Pangsa pasar terhadap profitabilitas perusahaan yang di proaksikan dengan dua rasio yaitu debt total asset ratio (DTA) dan <i>Debet to Equity Ratio</i> (DER) menunjukkan bahwa DTA berpengaruh

³⁷Tresna Yuliani, “Analisis pengaruh *Market Share* Terhadap Ratio Profitabilitas (studi kasus pada Asuransi Central Asia)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Unpas Bandung, 2016)

				negatif dan signifikan terhadap rasio perusahaan sedangkan DER tidak berpengaruh terhadap ROA perusahaan sedangkan rasio intentitas berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan.
3.	Nasrudin Alghiffani “pengaruh profitabilitas industry, rasio leverange keuangan tertimbang dan pangsa pasar terhadap ROA perusahaan yang terdaftar di jakarta Islamic index”. (2009)	Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di jakarta islamic index tahun 2000-2007.	Pada penelitian sebelumnya yang diteliti adalah bagaimana pengaruh profitabilitas industry, rasio leverange keuangan tertimbang dan pangsa pasar terhadap ROA sedangkan pada penelitian ini yang diteliti adalah bagaimana pengaruh rasio profitabilitas terhadap <i>market share</i> .	<i>profitabilitas</i> industri rasio <i>leverange</i> keuangan tertimbang tidak berpengaruh terhadap ROA perusahaan sedangkan pangsa pasar berpengaruh secara signifikan 0,003 dibawah 0,05. Hasil uji F disimpulkan profitabilitas industry, rasio <i>leverange</i> keuangan tertimbang dan pangsa pasar berpengaruh secara simultan terhadap ROA perusahaan yang terdaftar di jakarta islamic index tahun 2000-2007

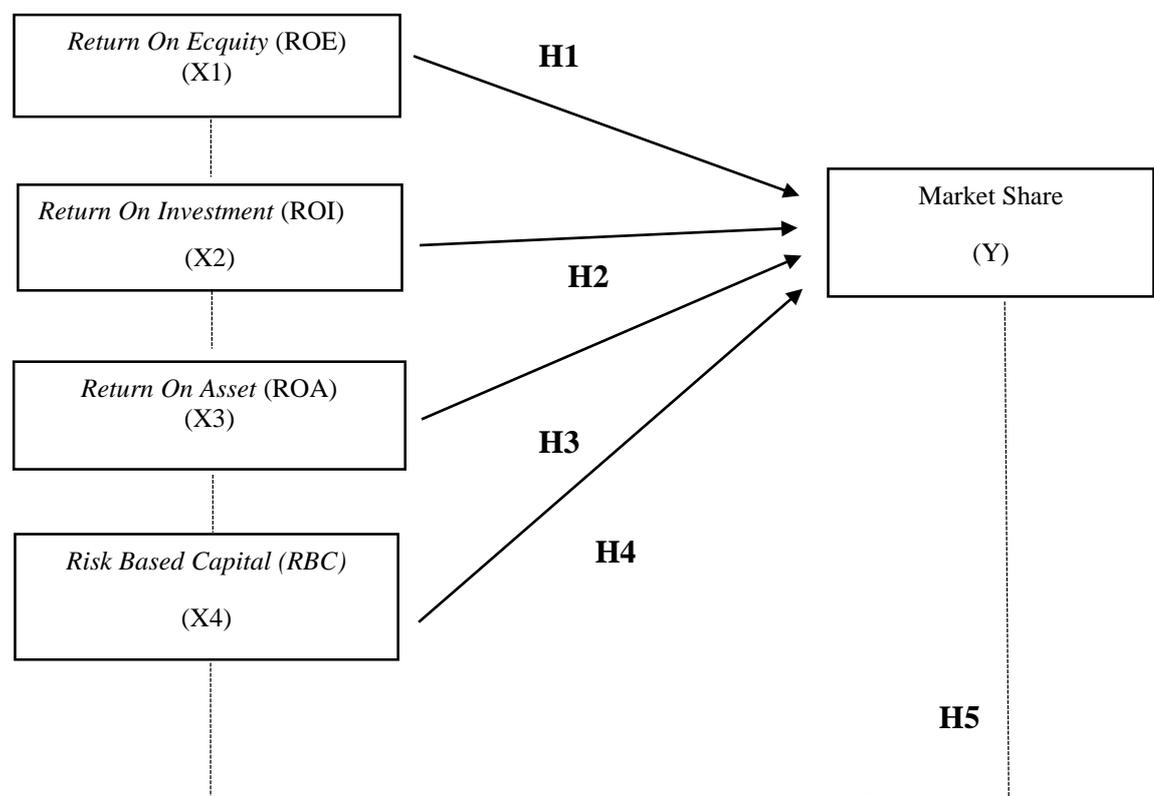
				dengan tingkat signifikansi 0,005 dibawah 0,05
--	--	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Teori menjelaskan mengenai fenomena-fenomena kerangka teoritis, merupakan sebuah fondasi dimana proyek penelitian dilakukan. Kerangka teoritis menjelaskan saling keterhubungan antar variabel. Dasar penyusunan hipotesis untuk menguji apakah teori yang dirumuskan valid atau tidak.

Gambar dibawah ini menunjukkan kerangka teoritis yang dibuat dalam model penelitian mengenai analisis pengaruh rasio profitabilitas terhadap *Market Share* PT. Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Periode 2016-2019.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



D. Hipotesa

Sesuai dengan kerangka berpikir yang dibuat, maka penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis alternatif untuk menguji pengaruh *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Assets* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Market Share*

H₀= *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.

H₁= *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.
2. Pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap *Market Share*

H₀= *Return On Investment* (ROI) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.

H₂= *Return On Investment* (ROI) berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.
3. Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap *Market Share*

H₀= *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.

H₃= *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.
4. Pengaruh *Risk Based Capital* (RBC) terhadap *Market Share*

H₀= *Risk Based Capital* (RBC) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.

H₄= *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.
5. Pengaruh *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Assets* (ROA) dan *Risk Based Capital* (RBC) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah.

H_0 = *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Assets (ROA)* dan *Risk Based Capital (RBC)* tidak berpengaruh secara simultan terhadap *Market Share Asuransi Jiwa Syariah*.

H_5 = *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Assets (ROA)* dan *Risk Based Capital (RBC)* berpengaruh secara simultan terhadap *Market Share Asuransi Jiwa Syariah*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta peampilan hasilnya.¹ Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena social. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena social dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, *variable* dan *indicator*. Setiap *variable* yang di tentukan di ukur dengan memberikan *symbol-symbol* angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan *variable* tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter. Tujuan utama dari metodologi ini adalah menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi.

Menurut Sugiono, Metodologi penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistic, ilmiah/ scientific dan metode discovery.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk, secara tidak langsung dengan mengumpulkan data penelitian yang bersumber dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) dari tahun 2016-2019. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-September 2020.

¹Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN_SU Press, 2016), h.8

C. Populasi dan Sampel

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk periode 2016-2019.

D. Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang dihitung dengan menggunakan angka yang diperoleh dari laporan keuangan yang telah tersedia di *website* perusahaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, penulis memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya.² Dalam penelitian ini, data tersebut diperoleh dari studi pustaka, internet, jurnal dan laporan keuangan berupa laporan neraca unit syariah, laporan laba-rugi perusahaan dan laporan *surplus underwriting* JMAS periode 2016-2019.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi atas data sekunder. Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data laporan keuangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia.

²Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h.104

F. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variable Independen (X ₁) Return On Equity (ROE)	ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.	$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Rata – rata Equity}} \times 100\%$	Rasio
Variabel independen (X ₂) Return On Investment (ROI)	<i>Return On Investment</i> (ROI) merupakan rasio perbandingan antara laba setelah pajak dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. ³ ROI menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. ⁴ Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan.	$ROI = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$	Rasio
Variabel independen	<i>Return On Assets</i> (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam memperoleh laba secara	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio

³Martono dan Agus Harjito, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: Ekonisia, 2001), h.60.

⁴Munawir, *Analisa Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2004), h.89.

(X ₃) Return On Assets (ROA)	keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik pula posisi bank dari segi penggunaan asset.		
Variabel independen (X ₄) Risk Based Capital (RBC)	Risk Based Capital (RBC) untuk mengukur tingkat kesehatan dan keamanan finansial perusahaan asuransi. Semakin besar rasio yang diperoleh maka semakin baik kondisi keuangan perusahaan asuransi tersebut. Rasio ini sangat penting terutama bagi peserta asuransi dalam hal pengajuan klaim, pun bagi perusahaan karena kewajiban dalam menjamin risiko dapat terjadi setiap saat.	$\text{RBC} = \frac{\text{Tingkat Solvabilitas}}{\text{Batas Tingkat Solvabilitas Min}} \times 1$	Rasio
Variabel Dependent (Y) <i>Market Share</i>	Pangsa Pasar (<i>market share</i>) adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori sama.	$\text{MS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis regresi linear berganda. Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari suatu variabel terikat (*market share*) berdasarkan variabel bebas (rasio profitabilitas). Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20.0, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk menguji kecocokan sebuah data yang digunakan untuk diuji secara regresi ataupun secara analisis jalur. Namun di dalam analisis berganda sangat diperlukan uji asumsi klasik dengan maksud apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat BLUE (*best, linear, unbiased, estimated*). Pada umumnya uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.⁵

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data pada penelitian digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data dalam penelitian telah memiliki distribusi secara normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal atau tidak, dapat dilakukan dengan metode Uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:⁶

1. Nilai signifikansi $> 0,05$ atau 5%: Data terdistribusi normal
2. Nilai signifikansi $< 0,05$ atau 5%: Data tidak terdistribusi normal

⁵Rina Novianty Ariawaty, *et. al.*, *Metode Kuantitatif Praktis*, (Bandung: Bima Pratama Sejahtera, 2018), h.20.

⁶Ibid., h.21.

Uji Normalitas dengan grafik histogram dan Normal P-Plot Pengambilan keputusan:

1. Data dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
2. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independen pada model regresi saling berkorelasi. Untuk memenuhi kriteria BLUE, tidak boleh terdapat korelasi antara setiap variabel independen pada model regresi. Apabila terjadi korelasi antara variabel independen, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikoleniaritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:⁷

Jika hasil *output* uji multikoleniaritas diperoleh nilai VIF adalah sebagai berikut *tolerance value* > 0.10 dan $VIF < 0.10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikoleniaritas antar variabel independen pada model regresi, dan data penelitian yang baik adalah data penelitian yang tidak terjadi multikoleniaritas.⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas dideteksi dengan uji Gletsjer yaitu dengan melakukan regresi antara nilai residual sebagai variabel

⁷*Ibid.*, h. 26.

⁸*Ibid.*, h. 28.

dependen dengan variabel independen model regresi yang diajukan, dan untuk menentukan persamaan regresi bebas hetero maka hasil regresi tersebut harus tidak signifikan. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas Gletsjer :⁹

- a) Jika nilai signifikansi (Sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b) Jika hasil *output* uji heteroskedastisitas diperoleh nilai signifikan masing-masing variabel independen dalam persamaan regresi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi prasyarat uji asumsiklasik.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai-nilai variabel independen diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel dependen dengan variabel-variabel independen.¹⁰ Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) (X_1), *Return On Investment* (ROI) (X_2), *Return On Asset* (ROA) (X_3) dan *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) terhadap *Market Share* (Y).

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

a = Konstanta

Y = *Market Share*

⁹Arfan Ikhsan, *et. al.*, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Belajar dan Insist Press, 2014), h. 188.

¹⁰I Made Yuliara, "Regresi Linier Berganda", (Modul, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana, 2016), h. 2.

X_1	= <i>Return On Equity</i> (ROE)
X_2	= <i>Return On Investment</i> (ROI)
X_3	= <i>Return On Asset</i> (ROA)
X_4	= <i>Risk Based Capital</i> (RBC)
b_1, b_2, \dots, b_n	= Nilai koefisien regresi

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.¹¹

Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji, yaitu :¹²

1) Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

¹¹Laylan Syafina, *Panduan Penelitian*, (Medan: FEBI Press UINSU, 2018), h. 35.

¹²*Ibid.*, h. 36.

Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- a. Jika nilai t hitung $<$ t tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Nilai t tabel diperoleh dengan $df = n - k$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan terikat).¹³

3) Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah:

- a. Jika F hitung $>$ F tabel dan nilai Sig. $F < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika F hitung $<$ F tabel dan nilai Sig. $F > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai F table diperoleh dengan $df (N1) = k - 1$, $df (N2) = n - k$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan terikat).

¹³*Ibid.*, h. 40.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk

PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk (JMA Syariah) adalah perseroan asuransi jiwa syariah yang didirikan oleh KOSPIN JASA dan insan-insan pelaku ekonomi koperasi Indonesia. JMA Syariah berdiri pada tanggal 15 Agustus 2014 dan telah mendapatkan pengesahan operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada bulan September 2015. JMA Syariah merupakan perseroan asuransi jiwa syariah pertama di Indonesia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.¹Pada tanggal 11 Desember 2017, JMAS memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) kepada masyarakat sebanyak 400 juta saham dengan nilai nominal Rp.100 per saham dengan harga penawaran Rp.140 per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Desember 2017. JMAS merupakan perusahaan asuransi Syariah pertama *Go Public*.

Adapun Produk yang dimiliki PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk, ada dua macam produk, yaitu JMA Individu dan JMA Kumpulan. JMA Individu adalah Produk JMA Syariah yang menghadirkan solusi perencanaan keuangan syariah untuk individu melalui berbagai produk proteksi dan investasi yang tidak hanya memberikan ketenangan hidup, tetapi juga menciptakan hubungan silaturahmi dan saling berbagi antara Anda dengan nasabah lainnya. Sedangkan JMA Kumpulan adalah Produk JMA Syariah yang menghadirkan berbagai produk asuransi jiwa dan jaminan biaya kesehatan yang dirancang khusus untuk peserta kumpulan (perusahaan, lembaga pemerintahan, organisasi nonpemerintah, serta komunitas), sehingga memberikan ketenangan dan kebahagiaan bagi karyawan, pegawai, anggota organisasi, serta relawan dalam bekerja.

Berikut Produk-produk yang dimiliki PT Asuransi Jiwa Jasa Mitra Abadi Syariah Tbk.

¹Jmasyariah.com/profil-perusahaan

1. JMA Kumpulan

a. JMA Amalia

Produk asuransi jiwa yang memberikan manfaat asuransi apabila peserta mengalami kecelakaan dalam periode asuransi.

b. JMA Mulia

Produk asuransi jiwa yang memberikan manfaat asuransi apabila peserta mengalami risiko (meninggal dunia) sesuai perjanjian asuransi dalam periode asuransi.

c. Asuransi JMA Sejahtera

Program asuransi yang dirancang secara khusus dalam mempersiapkan dana pensiun/pesangon untuk karyawan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

d. Mitra Pembiayaan

Produk asuransi yang memberikan manfaat pelunasan sisa pokok pembiayaan ketika peserta mengalami musibah meninggal dalam masa perjanjian.

e. JMA Pembiayaan Tetap

Produk asuransi yang memberikan manfaat ketika peserta meninggal dalam masa perjanjian, sebesar manfaat asuransi awal/nilai pembiayaan yang diasuransikan.

f. JMA Pembiayaan UMK

Produk asuransi yang memberikan manfaat pelunasan sisa pokok pembiayaan ketika peserta mengalami musibah meninggal dalam masa perjanjian.

g. Asuransi JMA *Karimah*

Produk asuransi jiwa kumpulan yang memberikan manfaat kepada peserta lembaga pendidikan apabila peserta meninggal dunia, peserta mengalami cacat tetap Sebagian/total, penggantian biaya perawatan di rumah sakit akibat kecelakaan dan memberikan santunan harian apabila peserta membutuhkan rawat inap di rumah sakit baik karena

kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan dalam periode akad asuransi.

h. Asuransi JMA *Asyifa Care*

Produk asuransi Kesehatan kumpulan yang memberikan penggantian biaya perawatan rawat inap di rumah sakit, biaya rawat jalan, biaya perawatan gigi, biaya melahirkan, serta pembelian kacamata kepada peserta selama periode asuransi.

2. JMA Individu

a. Asuransi Mikro JMA Selama

Produk asuransi jiwa Syariah mikro berupa kartu mini yang memberikan manfaat apabila peserta mengalami musibah (meninggal dunia) sesuai perjanjian.

b. Asuransi JMA *Ilma*

Produk asuransi jiwa individu yang memberikan manfaat beasiswa (dana Pendidikan) kepada putra-putri peserta sesuai dengan kebutuhan hingga ke jenjang perguruan tinggi.

c. Asuransi JMA *Asyifa*

Produk asuransi Kesehatan individu yang memberikan penggantian biaya perawatan rawat inap di rumah sakit apabila peserta mengalami sakit pada periode asuransi.

d. Asuransi JMA *Mumtaza*

Produk asuransi jiwa individu yang mengandung unsur tabungan dengan menyediakan pola tahapan pension yang disesuaikan dengan kebutuhan dana hari tua, serta memberikan manfaat kepada ahli waris apabila peserta ditakdirkan meninggal dunia atau cacat tetap total dalam periode pembayaran kontribusi dan meninggal dunia karena kecelakaan dalam periode asuransi.

e. Asuransi JMA *Aghnia*

Produk asuransi jiwa individu yang mempunyai unsur investasi yang memberikan manfaat asuransi apabila peserta meninggal dunia karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan dalam periode asuransi.

f. Asuransi Tambahan Penyakit Kritis

Produk asuransi tambahan individu yang memberikan manfaat asuransi apabila peserta didiagnosa mengalami atau menderita penyakit kritis yang tertera dalam daftar 36 penyakit-penyakit kritis karena sakit atau karena kecelakaan dalam periode asuransi.

g. Asuransi Tambahan Cacat Tetap Total

Produk asuransi tambahan individu yang memberikan manfaat asuransi kepada peserta apabila peserta mengalami cacat tetap total baik karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan dalam periode asuransi selama minimal 6 bulan terus menerus.

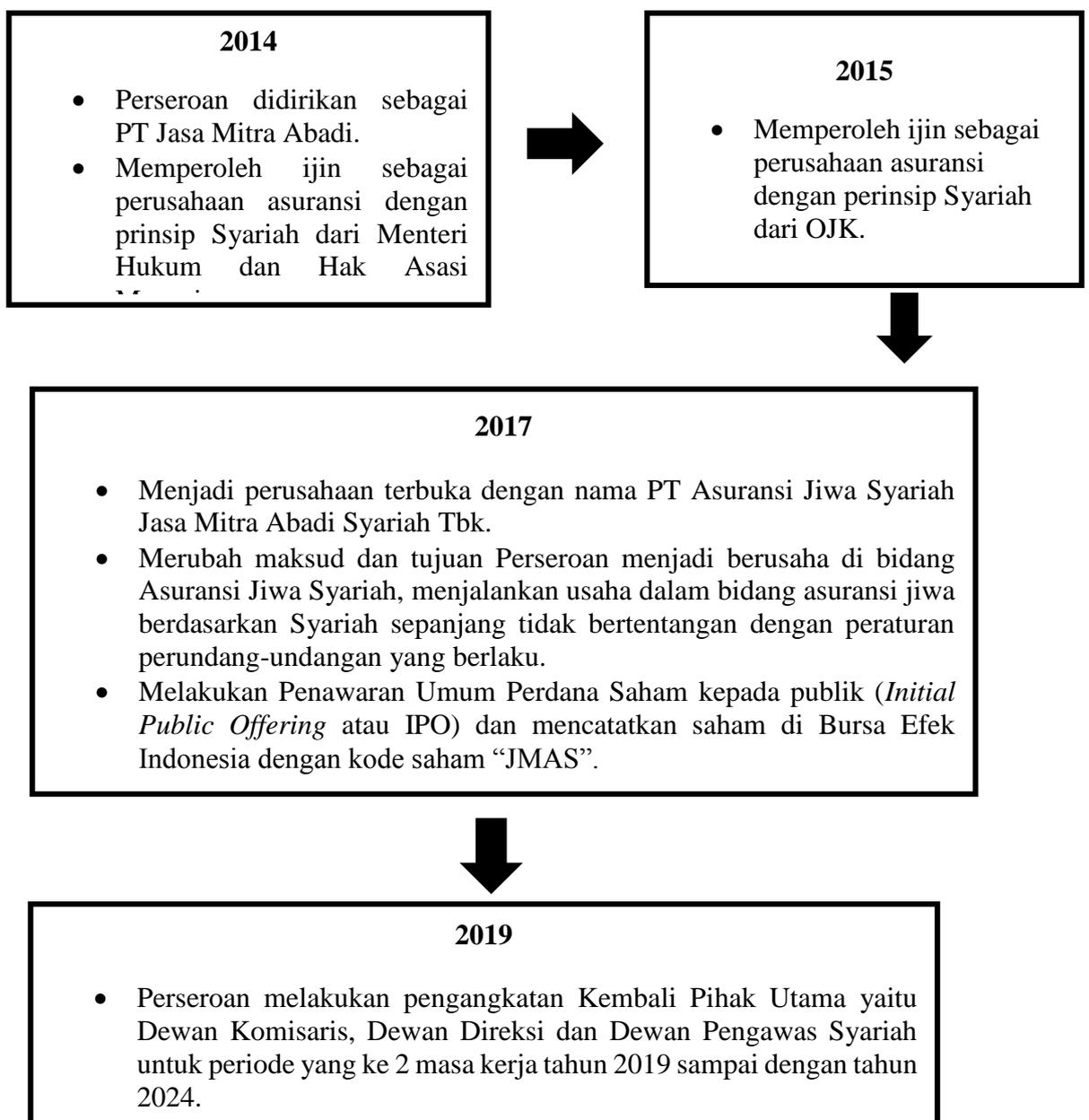
h. Asuransi JMA *Ikhsania*

Produk asuransi jiwa individu seumur hidup yang mengandung unsur tabungan serta memberikan manfaat kepada ahli waris apabila peserta ditakdirkan meninggal dunia karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan dalam periode asuransi.

PT Asuransi Jiwa Jasa Mitra Abadi Tbk (JMA Syariah) telah hadir dan berkembang dalam industri asuransi syariah selama kurang lebih lima tahun. Tahun 2017 merupakan tahun krusial bagi JMA Syariah, ditandai dengan dilakukannya IPO menjadi perusahaan terbuka (Tbk.) dan melaksanakan Pencatatan Saham Perdana Perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada 18 Desember 2017. Setelah mencatatkan sahamnya dibursa efek, PT. Asuransi Syariah Jasa Mitra abadi mulai akan ber ekspansi. Mulai dari pembaharuan Produk sampai dengan pemasaran. Produk dari Asuransi Syariah Jsas Mitra Abadi ini kesemuanya ada produk asuransi jiwa tradisional, dan mereka kedepannya akan meluncurkan produk asuransi berbasis investasi (Unit Link). Jasa Mitra abadi selama ini masih fokus kepada asuransi Mikro Syariah, dan Kedepannya bisnis mereka akan mulai merambah ke berbagai kalangan masyarakat.

Dalam menghadapi peluang dan tantangan bisnis, Perusahaan telah menyusun beberapa strategi yaitu memperkuat lini pemasaran korporasi dan mengembangkan pemasaran retail untuk produk-produk individu. Memperkuat lini pemasaran korporasi yaitu dengan melakukan kerjasama dengan broker,

coinsurance dengan asuransi lain serta merekrut tenaga pemasaran yang sudah berpengalaman. Dalam pengembangan pemasaran retail yaitu dengan menyediakan produk-produk yang bersaing, kerjasama in branch sales di Kospin JASA untuk memanfaatkan jaringan kantor-kantor Kospin JASA, serta merekrut tenaga pemasaran yang handal.



Gambar 4.1
Sejarah Singkat JMAS

Sebagaimana perusahaan asuransi lainnya, JMAS pun juga memiliki visi dan misi. Visi JMAS adalah “Menjadi asuransi Syariah kebanggaan masyarakat Indonesia”. Adapun Misi JMAS yaitu:

1. Menyediakan segala kebutuhan masyarakat dalam berasuransi
2. Memberi kontribusi bagi Industri Asuransi Syariah di Indonesia
3. Memberi nilai manfaat yang lebih baik bagi seluruh Stakeholder

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi JMAS, maka perusahaan memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi kepercayaan yang ditanamkan dalam tatanan perusahaan untuk mencapai tujuan bersama para stakeholder. Berikut merupakan nilai-nilai perusahaan JMAS.

1. *Clean* (Bersih)

Dikelola secara professional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas, berpedoman pada asas-asas tata Kelola korporasi yang baik.

2. *Competitive* (Berdaya Saing)

Mampu berkompetisi dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

3. *Confident* (Percaya Diri)

Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional kebanggaan ummat.

4. *Customer Focused* (Fokus Kepada Nasabah)

Berorientasi kepada kepentingan nasabah dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

5. *Commercial* (Komersil)

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersil, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sehat.

6. *Capable* (Berkemampuan)

Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang professional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dan membangun kemampuan pengembangan.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Kolmogorov- Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	equity	return on invesment	Asset	risk based capital	Unstandardiz ed Residual	
N	48	48	48	48	48	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-1.48088656	.62708329	.41551320	88.27770419	0E-7
	Std.	1.46287568	.149103609	.25092464	69.69949780	.03048217
	Deviation	2		8	4	
Most Extreme	Absolute	.284	.132	.277	.241	.109
Differences	Positive	.221	.132	.277	.098	.109
	Negative	-.284	-.125	-.244	-.241	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.965	.918	1.919	1.672	.758
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.368	.001	.007	.614

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa tingkat sig 0,614 > 0,05. Hal ini dapat di artikan tingkat signifikasinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.614	.037		16.462	.000	
	Equity	.054	.005	.987	10.531	.000	.383 2.609
	return on investment	-.412	.047	-.766	-8.838	.000	.448 2.232
	Asset	.003	.029	.008	.086	.932	.403 2.483
	Rbc	.001	.000	.350	5.548	.000	.847 1.181

a. Dependent Variable: market share

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2 Nilai tolerance memperlihatkan bahwa masing-masing variabel independen tidak ada yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak ada nilai yang kurang dari 0,01. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. *Return On Equity* (X1) memiliki nilai Tolerance 0.383 > 0,10 dan nilai VIF 2.609 < 10, *Return On Investment* (X2) memiliki nilai Tolerance 0.448 > 0,10 dan nilai VIF 2.232 < 10, *Return On Asset* (X3) memiliki nilai Tolerance 0.403 > 0,10 dan nilai VIF 2.483 < 10, dan *Risk Based Capital* (X4) memiliki nilai Tolerance 0.847 > 0,10 dan nilai VIF 1.181 < 10 Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.026	.019		1.362	.180
	Equity	-.002	.003	-.148	-.640	.526
	return on investment	.009	.023	.083	.388	.700
	Asset	-.018	.015	-.282	-1.250	.218
	Rbc	.000	.000	.302	1.939	.059

a. Dependent Variable: ABS

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk variabel Return On Equity (X1) adalah 0.180, Nilai signifikansi untuk variabel Return On Investment (X2) adalah 0.526, Nilai signifikansi untuk variabel Return On Asset (X3) adalah 0.218, dan Nilai signifikansi untuk variabel Risk Based Capital (X4) adalah 0.059. Karena nilai signifikansi keempat variabel diatas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.614	.037		16.462	.000
	Equity return on investment	.054	.005	.987	10.531	.000
	Asset	-.412	.047	-.766	-8.838	.000
	Rbc	.003	.029	.008	.086	.932
		.001	.000	.350	5.548	.000

a. Dependent Variable: market share

Dari output tersebut maka diperoleh Persamaan Regresi Berganda:

$$Y = 0.614 + 0.054 X_1 - 0.412 X_2 - 0.003 X_3 + 0.001 X_4$$

1. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta yaitu 0.614
2. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar 0.054 setiap satu satuan X₁.
3. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar -0.412 setiap satu satuan X₂.
4. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar 0.003 setiap satu satuan X₃.
5. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai Y akan berubah sebesar 0.001 setiap satu satuan X₄.

D. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.855	.842	.031868427

a. Predictors: (Constant), rbc, equity, return on invesment, asset

b. Dependent Variable: market share

Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dari output diatas maka didapatkan Nilai R Square sebesar 0,855 yang artinya pengaruh variabel independent *Return On Equity* (X1), *Return On Invesment* (ROI) (X2), *Return On Asset* (ROA) (X3) dan *Risk Based Capital* (X4) terhadap variabel *dependent Market Share* (Y) sebesar 85,5 %. Dan sisanya 14,5 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Rumus Untuk Mencari nilai t tabel:

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2; 48-4-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025; 43)$$

Jadi berdasarkan rumus diatas didapatlah t tabel sebesar 2,016.

Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.614	.037		16.462	.000
	Equity	.054	.005	.987	10.531	.000
	return on investment	-.412	.047	-.766	-8.838	.000
	Asset	.003	.029	.008	.086	.932
	Rbc	.001	.000	.350	5.548	.000

a. Dependent Variable: market share

Hasil Uji t Parsial :

1. Variabel *Return On Equity* (ROE) (X_1) memiliki t hitung sebesar 10,531 > t tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh secara signifikansi terhadap *Market Share*.
2. Variabel *Return On Investment* (ROI) (X_2) memiliki t hitung sebesar -8,838 < t tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa *Return On Investment* (ROI) berpengaruh secara signifikansi terhadap *Market Share*.
3. Variabel *Return On Asset* (ROA) (X_3) memiliki t hitung sebesar 0,086 < t tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,932 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa Variabel *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Market Share*.
4. Variabel *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) memiliki t hitung sebesar 5.548 > t tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa Variabel *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh secara signifikansi terhadap *Market Share*.

3. Uji Simultan (Uji F)

F tabel dicari pada distribusi tabel statistic pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (k; n-k)$

Sehingga didapatkan hasil:

$$F_{tabel} = (4; 48-4)$$

$$F_{tabel} = 4; 44$$

Jadi berdasarkan rumus diatas didapatlah F tabel sebesar 2,58.

Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.258	4	.065	63.546	.000 ^b
	Residual	.044	43	.001		
	Total	.302	47			

a. Dependent Variable: market share

b. Predictors: (Constant), rbc, equity, return on invesment, asset

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh *Return On Equity (X1)*, *Return On Invesment (X2)*, *Risk Based Capital (X3)* dan *Return On Asset (X4)* secara simultan terhadap *Market Share (Y)* adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $63,546 > F_{tabel} 2,58$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity (X1)*, *Return On Invesment (X2)*, *Return On Asset (X3)* dan *Risk Based Capital (X4)* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Market Share (Y)*.

E. Interpretasi Hasil penelitian

Setelah melakukan berbagai pengolahan dan analisis terhadap data yang diperoleh, penulis mendapatkan gambaran mengenai variabel bebas yang terdiri dari *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Assets* (ROA), *Risk Based Capital* (X4) serta variabel terikat dalam hal ini yaitu *Market Share* yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah

Variabel *Return On Equity* (ROE) (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar $10,462 > t$ tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Return On Equity* (ROE) (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap *Market Share* (Y). Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Artinya, laba perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap market share.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggita Mugi, dkk (2014) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara *Return On Equity* (ROE) dengan *Market Share*. Jika *Return On Equity* (ROE) meningkat artinya perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar dari kepemilikan modal perusahaan pada para peserta asuransi. Tetapi sebaliknya jika *Return On Equity* (ROE) menurun artinya laba yang dihasilkan rendah.

2. Pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah

Variabel *Return On Investment* (ROI) (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar $-8,838 < t$ tabel sebesar 2,016 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Return On Investment* (ROI) (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap *Market Share* (Y). Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Oki Satria (2014) yang

menyatakan bahwa *Return On Investment* (ROI) berpengaruh terhadap *Market Share*.

3. Pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah

Nilai Signifikansi variabel *Return On Asset* (ROA) (X_3) adalah 0,932 dimana nilai signifikansi tersebut besar dari 0,05 dan t hitung 0.086 lebih kecil dari t tabel 2,016. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Return On Asset* (ROA) (X_3) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* (Y). Sehingga membuktikan bahwa H_3 ditolak dan H_0 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Niken Setyaningsih (2018) bahwa ROA pada periode penelitian tidak berpengaruh terhadap *market share*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,358 lebih dari α (0,05) berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain menolak H_a atau menerima H_0 . Dan juga penelitian Djuwita (2016) yang menyimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap Aset Asuransi syariah di Indonesia. Jika dilihat dari nilai *Return on Asset* (ROA) Indonesia tertinggi dikawasan ASEAN, namun nilai ini diperoleh dari profit margin yang tinggi, sehingga jelas merefleksikan industri Asuransi Indonesia belum efisien. Sehingga walaupun sebuah perusahaan Asuransi dapat mencapai pangsa pasar (*market share*) yang besar, namun pangsa pasar yang besar itu didapatkan bukan dengan perilaku yang efisien, sehingga biaya dana-nya (*cost of fund*) yang menjadi beban perusahaan masih tinggi, yang kemudian membuat profitabilitas yang didapat semakin berkurang seiring dengan meningkatnya pangsa pasar.

4. Pengaruh *Risk Based Capital* (RBC) terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah

Nilai Signifikansi variabel *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) adalah 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan t hitung 5,548 lebih besar dari t tabel 2,016. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap *Market Share* (Y). Sehingga membuktikan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Hasil

penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi perusahaan dalam menyelesaikan hutang jangka pendeknya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa dengan lancarnya perusahaan menyelesaikan kewajibannya seperti penyelesaian klaim maka dapat diindikasikan bahwa nilai perusahaan tersebut baik dan sebaliknya jika kewajiban perusahaan dalam menyelesaikan utang jangka pendeknya tidak terealisasi dengan segera maka dapat diindikasikan bahwa nilai perusahaan yang rendah, karena memungkinkan perusahaan kurang dalam permodalan dalam memenuhi kewajiban yang jatuh tempo. Sehingga investor memiliki keyakinan untuk berinvestasi pada perusahaan asuransi tersebut. Hal ini sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 69/POJK.05/2016 tentang penyelenggaraan usaha perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi dan perusahaan reasuransi syariah menyatakan bahwa semakin besar rasio kesehatan Risk Based Capital sebuah perusahaan asuransi, semakin sehat kondisi financial perusahaan.

5. Pengaruh *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Risk Based Capital (RBC)* terhadap *Market Share Asuransi Jiwa Syariah*

Nilai signifikansi untuk pengaruh *Return On Equity (X1)*, *Return On Investment (X2)*, *Return On Asset (X3)* dan *Risk Based Capital (RBC) (X4)* secara simultan terhadap *Market Share (Y)* adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $63,546 > F$ tabel 2,58 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent *Market Share (Y)*. Selanjutnya dalam upaya mengetahui seberapa jauh pengaruh *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Risk Based Capital (RBC)* terhadap *Market Share Asuransi Jiwa Syariah* perlu melihat nilai koefisien determinasinya. Nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi yang disesuaikan) yang diperoleh adalah sebesar 0,855 yang artinya pengaruh variabel independent *Return On Equity (X1)*, *Return On Investment (ROI) (X2)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Risk Based Capital (RBC) (X4)* terhadap

variabel *dependent Market Share* (Y) sebesar 85,5%. Dan sisanya 14,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mengenai “Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk Periode 2016-2019) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Return On Equity* (ROE) (X_1) memiliki t hitung sebesar $2,016 > t$ tabel sebesar 10,531 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan berdasarkan hasil dari Uji Parsial (Uji t), *Return On Equity* (ROE) berpengaruh secara signifikan terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah. Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. *Return On Investment* (ROI) (X_2) memiliki t hitung sebesar $2,016 > t$ tabel sebesar -8,838 dan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan berdasarkan hasil dari Uji Parsial (Uji t), bahwa *Return On Investment* (ROI) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah. Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. *Return On Asset* (ROA) (X_3) memiliki t hitung sebesar $2,016 > t$ tabel sebesar 0,086 dan nilai signifikan sebesar $0,932 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan berdasarkan hasil dari Uji Parsial (Uji t), bahwa *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah. Sehingga membuktikan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak.
4. *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) memiliki t hitung sebesar $2,016 < t$ tabel sebesar 5,548 dan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan berdasarkan hasil dari Uji Parsial (Uji t), bahwa *Risk Based Capital* (RBC) berpengaruh terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah. Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima.
5. Nilai signifikansi untuk pengaruh *Return On Equity* (X_1), *Return On Investment* (X_2), *Return On Asset* (X_3) dan *Risk Based Capital* (RBC) (X_4) secara simultan terhadap *Market Share* (Y) adalah sebesar $0,000 <$

0,05 dan nilai F hitung $63,546 > F$ tabel 2,58 sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji hipotesis statistik menggunakan Uji Simultan (Uji F), bahwa *Return On Equity* (X1), *Return On Investment* (X2), *Return On Asset* (X3) dan *Risk Based Capital* (RBC) (X4) berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Market Share* Asuransi Jiwa Syariah. Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_5 diterima.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan *Market Share* Perusahaan Asuransi dalam kaitan untuk memperoleh tingkat Profitabilitas Perusahaan Asuransi harus memperhatikan pengelolaan manajemen yang baik sehingga tingkat Profitabilitas dapat dicapai. Karena jika biaya lebih besar dibanding laba yang diperoleh maka peningkatan *market share* (pangsa pasar) akan memperoleh laba yang kecil.
2. Dalam meningkatkan market share perusahaan asuransi jiwa syariah harus mempunyai strategi yang baik dalam melihat peluang pasar untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan asuransi jiwa syariah.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel variabel yang belum diteliti seperti memasukan rasio profitabilitas yang lain sehingga dapat mengukur kinerja keuangan secara kompleks dengan periode tahun yang panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A. Abbas Salim. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo, 2003.
- Agustina, Maria Indah. *Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Early Warning System Pada PT. Asuransi Central Asia Cabang Palembang*. Palembang: Poltek, 2011.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Prinsip Dasar Operasi Asuransi Takaful Dalam Arbitrase Islam di Indonesia*. Jakarta: Badan Arbitrase Muamalat Indonesia, 1994.
- Atmaja, Lukas Setia. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Prenadamedia Group, 2003.
- Azhari Akmal Tarigan, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan: La Tansa Press, 2011.
- Gemala Dewi. *Aspek- Aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Hanafi, Muhamad dan Abdullah Alim. *Analisa Laporan Keuangan Edisi Kedua*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Herman Darmawi. *Manajemen Asuransi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Iskandarwasid dan Sunendar, Dadang, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda, cet 2, 2011.
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi Offset, Edisi Revisi, 2007.
- Kuat Ismanto. *Asuransi Syariah Tinjauan Asas-asas Hukum Islam*. Jakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Lukman Syamsuddin. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Munawir, *Analisa Laporan Keuangan Perusahaan Asuransi*, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Liberty, 2007.
- Nuroniatus Sholikha. *Pengaruh Net Profit Margin*. Semarang: Perpustakaan IAIN, 2009.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uin-Su

- Press, 2016.
- Philip Kotler dan AB Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Philip Kotler dan Gery Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo, 1997. Satria, Salustra, *Pengukuran Kinerja Keuangan Asuransi Kerugian di Indonesia*, Jakarta: UI, 1994.
- Philip, Kotler, *Pemasaran di Indonesia Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2002 .
- Pohan, Auli, *Sistem Pembayaran Strategi dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo, cet 3, 2013.
- Sangadji, Etta Mamang, et. al., *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sayidah, Nur, *Metodologi Penelitian*, Taman Sidoarjo: Zifatama Jawara, cet 1, 2018.
- Shaleh, Abdul Rahman Shaleh dan Wahab, Muhibb Abdu, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2001.
- Somantri, Atik dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian* Bandung: Pustaka Setia, 2006.
- Suad Husnan. *Manajemen tory dan Terapan jilid 1*, Jakarta: Rhinneka Cipta, 2009. Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2004.
- Suharyadi, Purwanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modren*, Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Suwarsono, Muhammad. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Grafindo, 2003.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Soemitra, Andri. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana, 2009.
- Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2012.
- Tatik Suryani. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta:

Prenada Media Group, 2017.

Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

Thorik Gunara. Marketing Muhammad. *Strategi andal dan jitu praktik bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: Masania Prima, 2007.

Wihana Kirana Jayaa, *Ekonomi Industri Edisi ke 2*. Yogyakarta: BPFE, 2001.

Jurnal:

Rahman, Muhammad Fadhil, *Asuransi Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: dipublikasikan di AL-ADALAH jurnal Syariah dan Hukum, Vol. X, No.11, Januari, 2001.

Suhardih, Dodih, *Market Share Asuransi Jiwa Syariah*, Bandung: dipublikasikan di TAHKIM jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. XIV, No. 2, Desember, 2008.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Titik Persen tase Distribusi t (df= 1 – 48)

Df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.000	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	318.309
2	0.817	1.886	2.920	4.302	6.965	9.925	22.327
3	0.765	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215
4	0.741	1.533	2.131	2.780	3.747	4.604	7.173
5	0.727	1.476	2.015	2.570	3.365	4.032	5.893
6	0.718	1.440	1.943	2.450	3.143	3.707	5.208
7	0.711	1.415	1.895	2.364	2.998	3.499	4.785
8	0.706	1.397	1.860	2.306	2.897	3.355	4.501
9	0.703	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297
10	0.670	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144
11	0.697	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025
12	0.695	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930
13	0.694	1.350	1.770	2.160	2.650	3.012	3.852
14	0.692	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787
15	0.691	1.340	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733

16	0.690	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686
17	0.689	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646
18	0.688	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610
19	0.688	1.328	1.730	2.093	2.539	2.861	3.580
20	0.687	1.325	1.724	2.086	2.528	2.845	3.551
21	0.686	1.323	1.720	2.079	2.517	2.831	3.527
22	0.685	1.321	1.717	2.073	2.508	2.818	3.504
23	0.685	1.319	1.713	2.068	2.499	2.807	3.484
24	0.684	1.317	1.710	2.063	2.492	2.796	3.466
25	0.684	1.316	1.708	2.059	2.485	2.787	3.450
26	0.684	1.314	1.705	2.055	2.47	3.435	2.778
27	0.683	1.313	1.703	2.051	2.472	2.770	3.421
28	0.683	1.312	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408
29	0.683	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396
30	0.682	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385
31	0.682	1.309	1.695	2.039	2.452	2.744	3.374
32	0.682	1.308	1.693	2.036	2.448	2.738	3.365
33	0.682	1.307	1.692	2.034	2.444	2.733	3.356
34	0.681	1.306	1.690	2.032	2.441	2.728	3.347

35	0.681	1.306	1.689	2.030	2.437	2.723	3.340
36	0.681	1.305	1.688	2.028	2.434	2.719	3.332
37	0.681	1.304	1.687	2.026	2.431	2.715	3.325
38	0.681	1.304	1.685	2.024	2.428	2.711	3.319
39	0.680	1.303	1.684	2.022	2.425	2.707	3.312
40	0.680	1.303	1.683	2.021	2.423	2.704	3.306
41	0.680	1.302	1.682	2.019	2.420	2.701	3.301
42	0.680	1.302	1.681	2.018	2.418	2.698	3.295
43	0.680	1.301	1.681	2.016	2.416	2.695	3.290
44	0.680	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286
45	0.679	1.300	1.679	2.014	2.412	2.689	3.281
46	0.679	1.300	1.678	2.012	2.410	2.687	3.277
47	0.679	1.299	1.677	2.011	2.408	2.684	3.272
48	0.679	1.299	1.677	2.010	2.406	2.682	3.268

Lampiran 2 Titik Persentase Distribusi F (df= 1 – 45)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161	199	216	225	230	234	237	239
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40

23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15

Lampiran 3 Hasil Olah Data dan Output SPSS 20

Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Equity	return on invesment	Asset	risk based capital	Unstandardized Residual
N		48	48	48	48	48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-	.62708329	.4155132	88.277704	0E-7
	Std. Deviation	1.48088656	.14910360	.2509246	69.699497	.03048217
Most Extreme Differences	Absolute	.284	.132	.277	.241	.109
	Positive	.221	.132	.277	.098	.109
	Negative	-.284	-.125	-.244	-.241	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.965	.918	1.919	1.672	.758
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.368	.001	.007	.614

a. Test distribution is normal

b. Calculated from data

**Hasil Uji
Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.614	.037		16.46 2	.000		
	Equity	.054	.005	.987	10.53 1	.000	.383	2.609
	return on investment	-.412	.047	-.766	-8.838	.000	.448	2.232
	Asset	.003	.029	.008	.086	.932	.403	2.483
	Rbc	.001	.000	.350	5.548	.000	.847	1.181

a. Dependent Variable: *Market Share*

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.026	.019		1.362	.180
Equity	-.002	.003	-.148	-.640	.526
return on	.009	.023	.083	.388	.700
invesment					
Asset	-.018	.015	-.282	-1.250	.218
Rbc	.000	.000	.302	1.939	.059

Hasil Uji Autokorelasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.614	.037		16.462	.000
Equity return on investment	.054	.005	.987	10.531	.000
Asset Rbc	-.412	.047	-.766	-8.838	.000
	.003	.029	.008	.086	.932
	.001	.000	.350	5.548	.000

a. Dependent variable: *Market Share*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.614	.037		16.462	.000
Equity return on investment	.054	.005	.987	10.531	.000
Asset Rbc	-.412	.047	-.766	-8.838	.000
	.003	.029	.008	.086	.932
	.001	.000	.350	5.548	.000

a. Dependent Variable: *Market Share*

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.855	.842	.031868427

a. Predictors: (Constant), rbc, equity, return on investment, asset

b. Dependent Variable: market share

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.614	.037		16.462	.000
	Equity	.054	.005	.987	10.531	.000
	return on investment	-.412	.047	-.766	-8.838	.000
	Asset	.003	.029	.008	.086	.932
	Rbc	.001	.000	.350	5.548	.000

a. Dependent Variable: market share

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.258	4	.065	63.546	.000 ^b
	Residual	.044	43	.001		
	Total	.302	47			

a. Dependent Variable: market share

b. Predictors: (Constant), rbc, equity, return on investment, asset

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Meisa Fadma
NIM : 0505161028
Tempat/ Tgl Lahir : Cot Buket, 04 Mei 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Perjuangan Gg. Maaf No. 3 Kelurahan Sei
Kera Hilir I Kecamatan Medan Perjuangan,
Medan

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 28 Peusangan Berijazah tahun 2010
2. Tamatan SMPN 1 Peusangan Berijazah tahun 2013
3. Tamatan SMAS Sukma Bangsa Bireuen Berijazah tahun 2016

III. RIWAYAT ORGANISASI

Departement Bidang Kesenian HMJ Asuransi Syariah Periode
2019-2020.