

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di seluruh daerah Indonesia yang semakin membaik, lembaga keuangan seperti Bank, Pasar Modal dan Asuransi semakin pesat khususnya dalam lembaga keuangan syariah yang semakin gencar dipromosikan oleh pemerintah. Banyaknya lembaga keuangan konvensional yang membuka cabang syariah ataupun murni perusahaan syariah khususnya adalah perusahaan asuransi.¹

Sejalan dengan peningkatan taraf hidup seseorang maka pemenuhan suatu kebutuhan hidup semakin meningkat dan tidak terbatas hanya pada kebutuhan psikologis saja, tetapi kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan juga semakin dirasakan dan dibutuhkan oleh setiap manusia pada umumnya. Dan melihat hal ini tentunya sebuah perusahaan asuransi akan semakin dibutuhkan oleh setiap manusia, hal ini tentunya menjadi sebuah keuntungan yang besar dan baik bagi setiap perusahaan asuransi untuk dapat meningkatkan masa depan perusahaanya.²

Dalam menjaga eksistensinya, setiap perusahaan termasuk perusahaan asuransi syariah, ditunjukkan dengan kinerja perusahaan melalui rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan alat analisis

¹ Aminatus Sairoh, "Analisis Pengaruh Market Share Terhadap Ratio Profitabilitas Early Warning System Asuransi Syariah Di Indonesia" (Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang, 2013). h. 1.

² Nurlaelah dan Falah Sahrul, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Net Profit Margin (NPM) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *The Asia Pacific Journal Of Management Studies* 4, no. 3 (2017): 135–140. <https://ejurnal.latansamashiro.ac.id/>. diunduh pada 19 maret 2023.

perusahaan untuk menilai kinerja suatu perusahaan berdasarkan perbandingan data keuangan yang terdapat pada laporan pos keuangan seperti neraca, laporan laba rugi dan laporan arus kas. Dalam mengelola fungsi keuangan salah satu unsur yang perlu diperhatikan adalah seberapa besar perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan dan mengembangkan usahanya.³

Untuk melihat perkembangan suatu perusahaan, salah satunya dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan merupakan salah satu informasi terpenting dalam menilai perkembangan suatu perusahaan dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menilai kondisi keuangan masa lalu, sekarang, dan kemungkinan. Analisis rasio keuangan ini membantu menentukan apakah perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik. Analisis rasio dapat dikategorikan ke dalam berbagai jenis, seperti *rasio likuiditas*, *solvabilitas*, *aktivitas*, dan *profitabilitas*. Informasi mengenai laporan keuangan yang dievaluasi sangat diperlukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan posisi keuangan dan kinerja perusahaan. Maka terlihat bahwa penggunaan analisis rasio keuangan dapat menggambarkan kinerja keuangan yang telah dicapai pada perusahaan terutama berkaitan dengan pengambilan keputusan memenuhi semua kegiatan operasional perusahaan. Dengan manajemen keuangan usaha untuk mengalokasikan dana tersebut dapat dilakukan secara efisien.

Sebuah perusahaan harus dapat menunjukkan kemampuannya dalam menghasilkan laba, total ekuitas, modal serta bagaimana cara perusahaan tersebut untuk bisa memenuhi kewajiban kepada pihak lain.

³ Mia Lasmi Wardiyah, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Pustaka Setia, 2017). h. 135

Menurut Kasmir, rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi.⁴

Seperti tujuan utama sebuah perusahaan yaitu memaksimalkan laba untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang dipengaruhi oleh banyak faktor dan pada umumnya diukur dengan rasio profitabilitas.

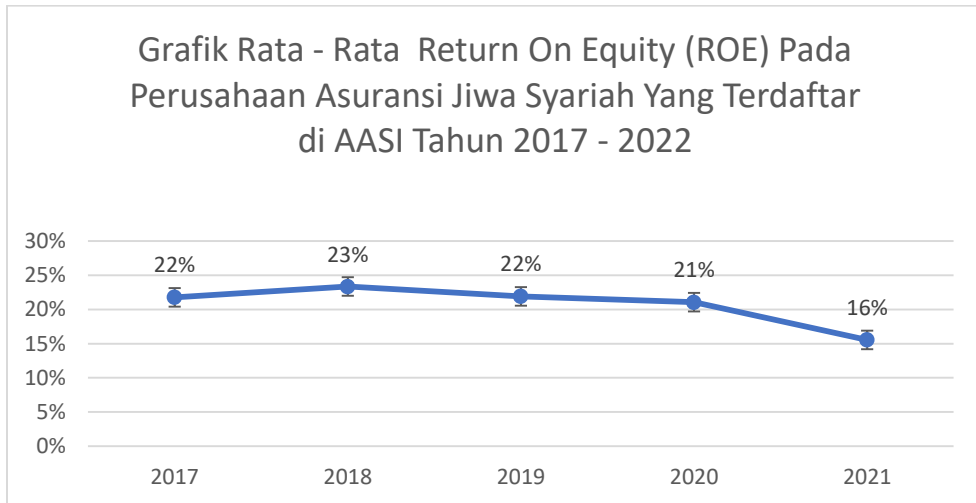
Ada beberapa jenis rasio profitabilitas, diantaranya *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Operating Profit Margin*, *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, dan *Return On Investment* (ROI). Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE) yang berfungsi untuk membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total asset, semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

Data yang diperoleh dari laporan keuangan di setiap perusahaan yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021, Karena Rasio profitabilitas yaitu *Return On Equity* (ROE) sangat berhubungan sekali terhadap *Market share*, semakin tinggi rasio ini didalam perusahaan akan semakin efektif dan efisien market share tersebut. Dan sebaliknya jika semakin rendah rasio ini maka sama sekali tidak efektif atau efisien pangsa pasar atau *market share* nya di dalam perusahaan tersebut.⁵

⁴ Kasmir, *Analisis Laporan keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012). h. 114

⁵ Dwi Rachmawati dan Dahlia Br Pinem, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* Vol. 18 No. 1 (2015-06-30) Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Berikut ini tabel *Return On Equity (ROE)* pada perusahaan Asuransi Jiwa yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) :



Gambar 1. 1

Gambar Perkembangan *Return On Equity (ROE)* Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Yang Terdaftar Di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021

Sumber: Data Laporan Keuangan Masing-masing Sampel Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Yang Terdaftar Di AASI 2017-2021 (Data Diolah)

Berdasarkan gambar diatas, *Return On Equity* pada perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdaftar di AASI secara rata-rata mengalami kenaikan dari tahun 2017-2018, dan mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2019-2021.

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.

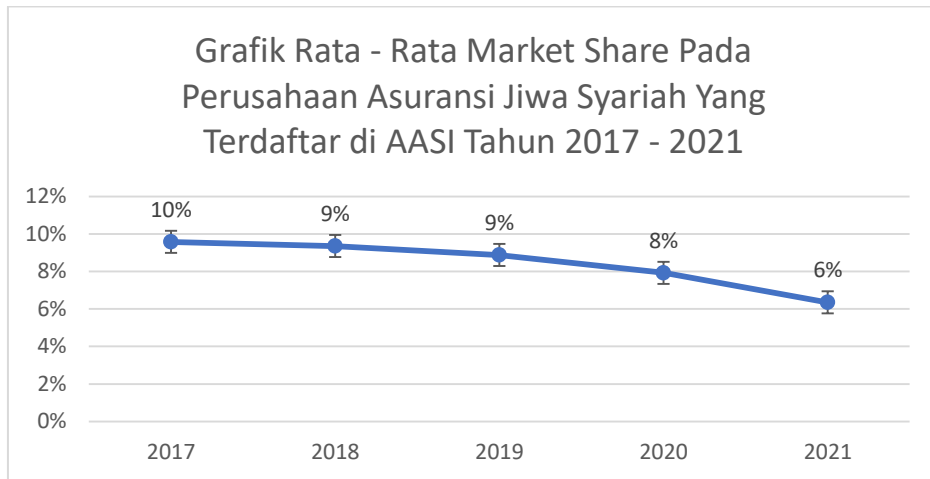
Market share Asuransi Jiwa Syariah masih sangat rendah jika dibandingkan asuransi jiwa konvensional yang saat ini masih mendominasi. Rendahnya *Market Share* Asuransi Syariah menandakan masih adanya masalah pada instrumen keuangan syariah, apakah disebabkan karena produk asuransi syariah yang tidak menarik 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.⁶

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, dalam menjaga eksistensinya, setiap perusahaan termasuk perusahaan asuransi ditunjukkan dengan kinerja perusahaan melalui rasio keuangan.

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. Karena biaya untuk membeli pangsa pasar bisa jadi lebih besar dibanding pendapatan yang diterimanya.

⁶ “Roadmap Perasuransian Indonesia” <https://ojk.go.id/>, diakses pada 16 Maret. 2024, pukul 09.00 WIB.

Perusahaan juga harus memperhatikan faktor-faktor sebelum mengejar pangsa pasarnya.



Gambar 1. 2

Gambar Perkembangan *Market Share* Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Yang Terdaftar Di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021

Sumber: Data Laporan Keuangan Masing-masing Sampel Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Yang Terdaftar Di AASI 2017-2021 (Data Diolah)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa *market share* pada perusahaan asuransi jiwa syariah menurun secara signifikan dari tahun 2017-2021.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Deby Aryanti Lasrin, Siti Hidayati, dan Yul Tito Permadhy pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap *Market Share*.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Andri Helmi Munawar dan Dara Siti Nurjanah pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share*

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, menjadi menarik bagi penulis untuk membuat penelitian dengan judul penelitian ini yaitu”

Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Market Share Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Yang Terdaftar Di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021)”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan *Return On Equity* dari tahun 2017 hingga 2018 mengalami kenaikan, akan tetapi pada tahun 2019 hingga 2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan pada perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdaftar pada Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) tahun 2017-2021.
2. Perkembangan *Market Share* mengalami penurunan yang sangat signifikan dari tahun 2017 hingga 2021. pada perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdaftar pada Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) tahun 2017-2021.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, agar hasil penelitian dapat terfokus, maka penulis hanya membatasi penelitian ini dengan mengkaji *Market Share* (Pangsa Pasar) dan Rasio Keuangan yang digunakan adalah rasio Profitabilitas yaitu *Return On Equity* (ROE). Data yang diambil dalam penelitian ini merupakan data laporan keuangan perusahaan yang terdaftar pada Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) tahun 2017-2021.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian, yaitu :

1. Apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share* pada perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021 ?
2. Seberapa besar pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Market Share* pada perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021 ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengidentifikasi apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Market Share* pada perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021?
2. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Market Share* pada perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Tahun 2017-2021?

F. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan teoritis dan praktis bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai masalah yang mempengaruhi *Market Share* perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI)

kemudian dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian kedepannya yang serupa.

2. Secara Praktik

a. Bagi Para Akademisi

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi akademi khususnya terkait variabel yang diteliti. Untuk menambah literatur atau bahan, referensi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan acuan pembelajaran teori maupun praktik dalam tinjauan data secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berguna bagi penulis untuk dapat memahami secara mendalam terkait variabel yang diteliti.

c. Bagi Semua Pihak

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah ilmiah bagi semua pihak yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

G. Kerangka Pemikiran

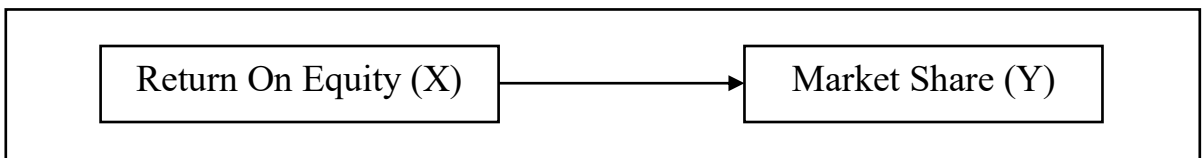
Rasio keuangan menggambarkan suatu hubungan antara jumlah tertentu dengan jumlah yang lain serta menjelaskan tentang baik atau buruknya keadaan posisi keuangan perusahaan terutama ketika angka rasio tersebut dibandingkan dengan angka rasio pembanding. Pada penelitian ini menggunakan indikator *Return On Equity dan Market Share*.

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 berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.⁷

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.⁸

Dalam penelitian ini akan menerangkan pengaruh *Return On Equity (ROE)* terhadap *Market Share*. Penelitian ini menggunakan 2 variabel, dimana variabel X adalah *Return On Equity (ROE)* dan variabel Y adalah *Market Share*.



Gambar 1. 3
Kerangka Pemikiran

H. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini, penulisan dibagi menjadi 5 bab yang akan dibahas, yang memuat ide-ide pokok kemudian dibagi menjadi beberapa sub-bab, sehingga secara keseluruhan dapat menjadi satu kesatuan yang saling menjelaskan dalam satu pemikiran. Secara garis besar, ide-ide yang terkandung dalam masing masing bab diantaranya :

BAB I : PENDAHULUAN

⁷ I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik* (Jakarta: Erlangga, 2011). h. 22.

⁸ Thorik Gunara, Marketing Muhammad “Strategi Andal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW” (Bandung: Masania Prima, 2007). h. 31.

Pada bab ini berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari sebelas sub-bab yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini merupakan tinjauan umum yang menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, operasional variabel penelitian, teknik analisis data, analisis regresi data panel.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang uraian hasil penulisan berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan disertai analisisnya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi akhir penelitian dengan membuat kesimpulan dan uraian-uraian serta penjelasan yang sudah disajikan pada bab-bab sebelumnya dan selanjutnya memberikan saran-saran yang sekiranya berguna dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.