

TESIS

**ANALISIS PENGARUH LAYANAN DIGITAL BANKING
TERHADAP KINERJA PERBANKAN PADA KLASIFIKASI
KELOMPOK BANK BERDASARKAN MODAL INTI 3 DAN 4
DENGAN TINGKAT KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF DIGITAL BANKING
SERVICES ON BANKING PERFORMANCE IN
CLASSIFICATION OF INDONESIA'S BANK GROUPS
BASED ON CORE CAPITAL 3 AND 4 WITH CUSTOMER
SATISFACTION LEVEL AS AN INTERVENING VARIABLE***

FAKHRYADI AMRAN



kepada

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

MAKASSAR

2022

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

ANALISIS PENGARUH LAYANAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP KINERJA PERBANKAN PADA KLASIFIKASI KELOMPOK BANK BERDASARKAN MODAL INTI 3 DAN 4 DENGAN TINGKAT KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*


disusun dan diajukan oleh :

FAKHRYADI AMRAN
A012202074

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **02 DESEMBER 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

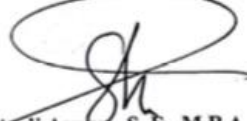
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



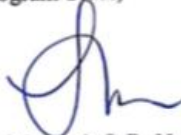
Prof. Dr. Cepi Pahlevi, S. E., M. Si.
Nip. 19601113 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Andi Aswan, S. E., M.B.A., M. Phil., DBA.
Nip. 19770510 200604 1 003

Ketua Program Studi,



Dr. H. M. Sobarsyah, S. E., M. Si.
Nip. 19680629 199403 2 001



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. H. H. Abd. Rahman Kadir, S. E., M. Si., CIPM.
Nip. 19640205 199810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fakhryadi Amran
Nim : A012202074
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Analisis Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kinerja Perbankan Pada Klasifikasi Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 Dan 4 Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 05 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Fakhryadi Amran

PRAKATA



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabbarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin,allahumma shalli'ala Muhammad wa'ala ali Muhammad. Segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan hidayah, rahmat, dan karunia-Nya kepada seluruh umat manusia sehingga dalam setiap waktu kita diberikan kesempatan untuk bersyukur.

Sholawat yang disertai salam tidak lupa kita kirimkan kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW beserta para sahabat-sahabatnya, yang telah membawa kita dari alam kebodohan kealam yang serba pengetahuan seperti sekarang ini. Sehingga penulis senantiasa diberikan kemudahan menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kinerja Perbankan Pada Klasifikasi Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 Dan 4 Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”** Tesis ini merupakan tugas akhir sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi program Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Prof. Ir. Amran Muis, MS., Ph.D. dan ibunda Ir. Nurnina Nonci, M.Si. Istri tercinta Andi Sugiratu, SE., Ananda Qathafa

Latania Zahra dan Qianu Zhafran Alhanan, sebagai sosok yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu. Tidak lupa pula seluruh keluarga, rekan dan para sahabat penulis yang senantiasa membantu, membimbing, serta memberikan arahan kepada penulis, sehingga penulis sampai kepada penghujung proses pendidikan Magister pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar tahun 2022.

Melalui kesempatan ini, tidak lupa pula penulis juga hanturkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada.

1. Prof Dr. Dwia Aries Palubuhu, M.A. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar Periode 2014-2018 & 2018-2022;
2. Prof. Dr.Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar dan segenap jajarannya;
3. Prof. Dr. H. Abd.Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar;
4. Prof. Dr. Syamsyu Alam, SE., M.Si, CIPM. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Hasanuddin; Periode 2018-2022;
5. Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Hasanuddin;
6. Prof. Dr. Cepi Pahlevi, SE., M.Si dan Andi Aswan, SE., MBA., M.Phil., DBA. selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan,

petunjuk, dan bantuan dari awal penulisan hingga selesainya tesis ini;

7. Dr. Mursalim Nohong, SE., M.Si., CRA., CRP., CWM, Dr. Fauzi R. Rahim, SE., M.Si., CFP., AEPP dan Dr. Hj. Andi Ratna Sari Dewi, SE., M.Si. selaku tim penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada penulis;
8. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberikan ilmu selama periode perkuliahan kepada penulis;
9. Seluruh staf pegawai akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Khususnya Jurusan Magister Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian administrasi selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar;
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar angkatan 2020, terkhusus kelas Manajemen B2 dan kelas konsentrasi Manajemen Keuangan;
11. Seluruh rekan kerja pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Yang telah memberikan sumbangsih pikiran dan moral selama penulis menempuh pendidikan Program Studi Magister Manajemen;
12. Seluruh pihak yang telah berperan penting dalam perjalanan pendidikan, terutama orangtua, keluarga, serta kerabat dan orang terkasih yang telah memberikan sumbangsi baik finansial maupun

non finansial, penulis ucapkan terima kasih banyak atas dukungannya.

Tesis ini masih jauh dari kata kesempurnaan walaupun menerima bantuan dari berbagai pihak. Namun, apabila terdapat beberapa kesalahan dalam tesis ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan pada pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini. Akhir kata penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi terkait topik penelitian yang dibahas dalam tesis tersebut. dengan diiringi rasa syukur kepada Allah SWT, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan motivasi pada semua pihak yang telah membantu. Semoga kebaikan senantiasa menyertai kita semua.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, Desember 2022

Yang membuat pernyataan

FAKHRYADI AMRAN

ABSTRAK

FAKHRYADI AMRAN. *Analisis Pengaruh Layanan Digital Banking terhadap Kinerja Perbankan pada Klasifikasi Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4 dengan Tingkat Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening* (dibimbing oleh Cepi Pahlevi dan Andi Aswan).

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh layanan *digital banking* terhadap kinerja perbankan pada klasifikasi kelompok bank berdasarkan modal inti 3 dan 4 tahun 2015 sampai dengan 2021 dengan tingkat kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada kelompok bank berdasarkan modal inti 3 dan 4 periode 2015-2021 sebanyak sepuluh sampel bank umum. Data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa data sekunder menggunakan laporan keuangan tahunan perbankan di Indonesia pada klasifikasi kelompok bank berdasarkan modal inti 3 dan 4 yang diperoleh dari publikasi Bank Indonesia dan otoritas keuangan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan pada kelompok bank berdasarkan modal inti 3 dan 4 tahun 2015 hingga 2021. Layanan perbankan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan (kelompok bank berdasarkan modal inti 3 dan 4 pada tahun 2015 hingga 2021). Tingkat kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan (kelompok bank Indonesia berdasarkan modal inti 3 dan 4) pada tahun 2015 hingga 2021. *Digital banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan (kelompok bank Indonesia berdasarkan modal inti 3 dan 4) melalui tingkat kepuasan nasabah tahun 2015 sampai dengan tahun 2021.

Kata kunci: *digital banking, customer satisfaction level, profitability, return on asset (ROA), return on equity (ROE)*



ABSTRACT

FAKHRYADI AMRAN. *An Analysis of the Effect of Digital Banking Services on Banking Performance in Classification of Indonesia's Bank Groups Based on Core Capital 3 and 4 with Customer Satisfaction Level as an Intervening Variable* (supervised by Cepi Pahlevi and Andi Aswan)

The aim of this study is to analyze the effect of digital banking services on banking performance in the classification of bank groups based on core capital 3 and 4 from 2015 to 2021 with the level of customer satisfaction as an intervening variable. This research was conducted in bank groups based on core capital 3 and 4 for the 2015-2021 period consisting of 10 samples of commercial banks. The data used were quantitative data in the form of secondary data using the annual financial statements of banks in Indonesia on the classification of bank groups based on core capital 3 and 4 obtained from publications by Indonesia Bank and the Financial Services Authority. The data analysis technique used was path analysis. The results show that digital banking services have a positive and significant effect on the level of satisfaction of banking customers in the bank group based on core capital 3 and 4 from 2015 to 2021. Digital banking services have a positive and significant effect on banking performance (bank group based on core capital 3 and 4 in 2015) from 2015 to 2021). The level of customer satisfaction has a positive and significant effect on banking performance (Indonesia Bank group based on Core Capital 3 and 4) from 2015 to 2021. Digital banking services have a positive and significant effect on banking performance (Indonesia Bank group based on core capital 3 and 4) through customer satisfaction level from 2015 to 2021.

Keywords: digital banking, customer satisfaction level, profitability, Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE)



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktif.....	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	15
2.1.1 Digital Banking.....	15
2.1.2 Pengelompokan Bank dan Produk Bank	23
2.1.2.1 Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti	23

2.1.2.2 Produk Bank.....	
2.1.2.3 Produk <i>Digital Banking</i>	
2.1.3 Konsep Kepuasan Nasabah.....	
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	
2.1.3.2 Kualitas Layanan.....	
2.1.4 Kinerja Perbankan	--
2.1.4.1 Return On Asset (ROA).....	28
2.1.4.2 Return On Equity (ROE).....	28
2.2 Tinjauan Empiris	29
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	37
3.1 Kerangka Konseptual	37
3.2 Hipotesis	40
3.2.1 Pengaruh Layanan <i>Digital Banking</i> terhadap tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021.	40
3.2.2 Pengaruh Layanan <i>Digital Banking</i> terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	42
3.2.3 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	43
3.2.4 Pengaruh Layanan <i>Digital Banking</i> Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	45
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	49
4.1 Rancangan Penelitian	49
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	49
4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50

4.3.1 Populasi.....	
4.3.2 Sampel.....	51
4.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
4.4 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	53
4.5.1 Jenis Data.....	53
4.5.2 Sumber Data.....	53
4.5. Metode Pengumpulan Data.....	53
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	54
4.7 Teknik Analisis Data.....	55
4.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	55
4.7.2 Metode <i>Partial Least Square (PLS)</i>	55
4.7.3 Pengukuran Model <i>Partial Least Square (PLS)</i>	56
4.7.4 Langkah Langkah <i>Partial Least Square (PLS)</i>	57
4.7.5 Uji Mediasi	60
4.7.6 Menentukan Keputusan Hipotesis	61
BAB V HASIL PENELITIAN	62
5.1 Deskripsi Data.....	62
5.1.1 <i>Digital Banking</i>	63
5.1.2 <i>Return On Asset</i>	64
5.1.3 <i>Return On Equity</i>	67
5.1.4 Deskripsi Kepuasan Nasabah.....	69
5.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	71
5.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	71
5.3 Hasil Pengujian Hipotesis Data	72
5.3.1 Analisis Partial Least Square	73
5.3.1.1 Analisis Model Struktural (Inner Model)....	73
BAB VI PEMBAHASAN	78
6.1 Layanan <i>Digital Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	78

6.2 Layanan <i>Digital Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	80
6.3 Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	81
6.4 <i>Digital Banking</i> dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021	83
BAB VII PENUTUP	85
7.1 Kesimpulan	85
7.2 Saran.....	87
7.3 Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halama
2.1 Penelitian Terdahulu	30
4.1 Data Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4	50
4.2 Data Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4 yang menjadi Sampel.....	52
4.3 Defenisi Operasional Variabel	53
4.4 Kriteria dalam Penilaian dengan Metode PLS.....	59
5.1 Data Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4.....	63
5.2 Data <i>Delivery Channel</i> KBMI 3 dan 4	64
5.3 Data ROA KBMI 3 dan 4 periode 2015 – 2021	66
5.4 Data ROE KBMI 3 dan 4 periode 2015 – 2021	68
5.5 Data Kepuasan Nasabah KBMI 3 dan 4 periode 2015 – 2021	70
5.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	71
5.7 Hasil Uji R-square	74
5.8 Path Coefficient	75
5.9 Specific Inderict Effects.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halama
1.1 Angka Kejahatan Siber di Indonesia	4
1.2 Nilai Transaksi Uang Elektronik	6
1.3 Nilai Transaksi Digital Banking.....	6
1.4 Volume Transaksi Digital Banking	7
1.5 Volume Transaksi ATM/D dan Kartu Kredit	7
3.1 Kerangka Konseptual.....	38
5.1 Hasil Model Struktural PLS	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halama
1 Data Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 Dan 4.....	94
2 Tabulasi Kinerja KbmI 3 Dan 4 Berdasarkan Roa, Roe, Bopo, Ldr Periode 2015 Sampai Dengan 2021	95
3 Tabulasi Layanan <i>Digital Banking</i> KBMI 3 Dan 4 Periode 2015 Sampai Dengan 2021	97
4 Tabulasi Data Kepuasan Nasabah KBMI 3 Dan 4 Periode 2015 Sampai Dengan 2021	98
5 Hasil Olah Data	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah merubah sebagian besar kehidupan manusia, penggunaan smartphone, komputer, laptop, Internet, dan aplikasi yang saling terhubung memungkinkan relasi Business to Business (B2B) dan Business to Customer (B2C) berjalan dengan baik. Salah satunya, perkembangan teknologi informasi di sektor perbankan yang mendorong kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap akses finansial yang lebih baik (Emi Susanti, 2019).

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK yang tertera pada nomor 12 /POJK.03/2018 terkait penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, dijelaskan bahwa *digital banking* adalah suatu layanan perbankan elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan juga bisa dilakukan secara sendiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan aspek keamanan.

Disebutkan pula pada peraturan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK yang tertera pada Nomor 12 /POJK.03/2021 tentang bank umum, Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan dalam pengelolaan dan operasional bank. Pergeseran dari konsep bank tradisional ke bank masa depan mendorong bank antara lain

untuk menyesuaikan strategi bisnis dan melakukan penataan ulang jaringan distribusi. Di samping itu, pergeseran dari konsep bank tradisional ke bank masa depan mendorong digitalisasi perbankan, termasuk mendorong digitalisasi aktivitas operasional dan layanan kepada nasabah dengan menyediakan transaksi perbankan melalui digital channel (mobile dan internet) dan penggunaan perangkat perbankan elektronik terkini, dalam upaya peningkatan customer experience (end to end digital solution), dan layanan lain.

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi *digital banking* 2020 sebesar Rp.27.036 triliun dan terus mengalami pertumbuhan pada 2021 dengan perkiraan transaksi sebesar Rp.32.206 triliun. Pertumbuhan tersebut disebabkan oleh adanya pandemic COVID-19 sehingga mendorong masyarakat untuk bertransaksi secara digital. Menurut data dimaksud perkembangan layanan Perbankan Digital di Indonesia, juga disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Adanya perkembangan teknologi informasi
- b. Perubahan gaya hidup masyarakat sesuai perkembangan teknologi informasi
- c. Kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang efektif, efisien, dapat diakses dari manapun dan kapanpun, komprehensif, serta mudah.
- d. Kompetisi industry perbankan untuk memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

- e. Kebutuhan perbankan terhadap operasional yang efisien dan terintegrasi.

Menurut OJK (2021), peluang terbentuknya bank digital di Indonesia yaitu: sebagai bagian dari unit bisnis bank konvensional yang sudah ada, berupa bank konvensional yang diubah menjadi bank digital, bank yang sejak awal didirikan sebagai bank digital.

Meski *trend* transaksi menggunakan digital bank menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, *Digital Banking* menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

- a. Modal Besar

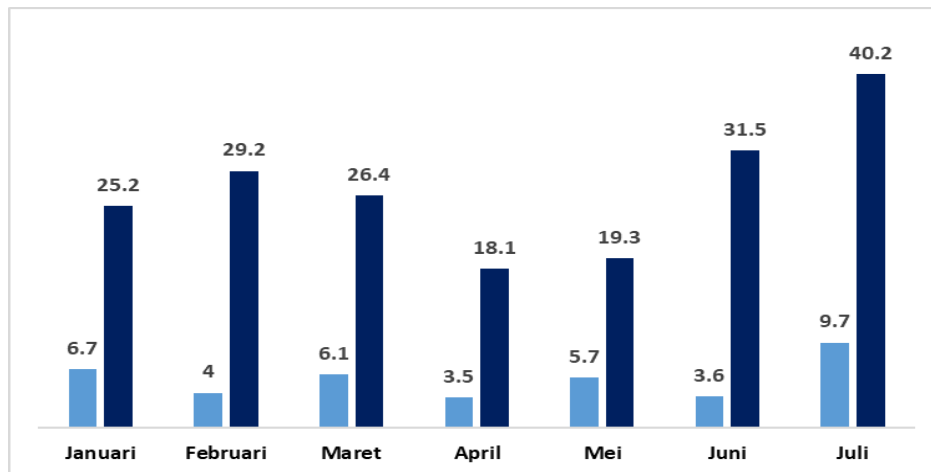
Pemanfaatan teknologi bank digital membutuhkan modal yang tidak sedikit secara *end to end* pengembangan hingga implementasi sistemnya.

- b. Literasi keuangan masih rendah

Survei Nasional Literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2019 menyebutkan literasi keuangan nasional sebesar 38% dan perbankan mendapatkan persentase sebesar 36.1%

- c. Potensi kejahatan siber

Menurut Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) potensi kejahatan terhadap situs internet, pengumpulan informasi, dan trojan paling banyak ditemukan pada Januari – Juli 2020 yang mencapai 189,9 juta.



Sumber: Data BSSN, dalam juta

Gambar 1.1. Angka Kejahatan Siber di Indonesia Januari – Juli 2020

Menurut OJK (2021), penyelenggaraan *Digital Branch* oleh Bank Konvensional harus memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a. Prinsip kehatiian-haitan bank
- b. Prinsip pengamanan teknologi informasi
- c. Terintegrasinya system teknologi informasi
- d. *Cost effectiveness*
- e. Perlindungan nasabah yang memadai
- f. Searah dengan strategi bisnis bank

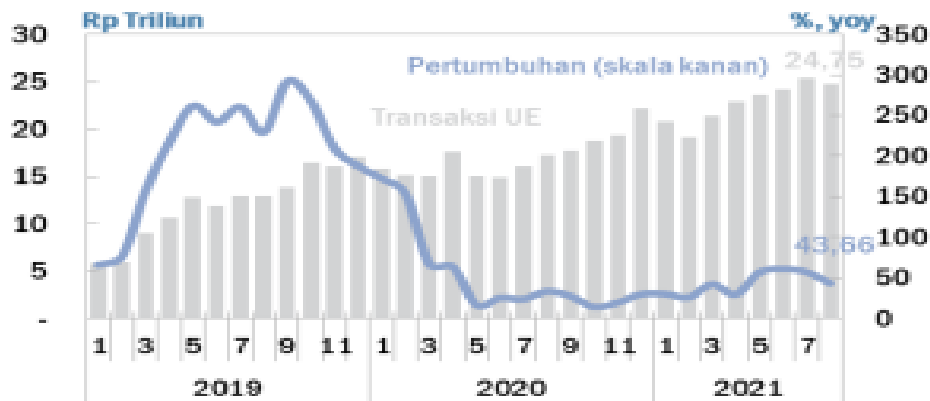
Transaksi ekonomi dan keuangan digital terus meningkat dari tahun ke tahun, hal ini sejalan dengan preferensi masyarakat untuk berbelanja daring. Sesuai hasil riset E-Conomy SEA (2021), potensi bank digital di Indonesia ditunjukkan melalui karakteristik sebagai berikut:

- a. Nilai ekonomi berbasis internet di Indonesia: US\$50 miliar (sekitar Rp.567,9 triliun), setara 40% dari potensi di ASEAN.

- b. Pasar *e-commerce* ASEAN diperkirakan tumbuh dari US\$38,2 miliar (2019) menjadi US\$153 miliar (2025).
- c. Indonesia diperkirakan akan menghasilkan mayoritas pasar yang nilainya US\$21 miliar (2019) menjadi US\$82 miliar (2025).
- d. 92 juta penduduk Indonesia *unbanked*
- e. 47 juta penduduk Indonesia *underbanked*
- f. 42 juta penduduk Indonesia *banked*
- g. Pengguna internet di Indonesia sebesar 152 juta

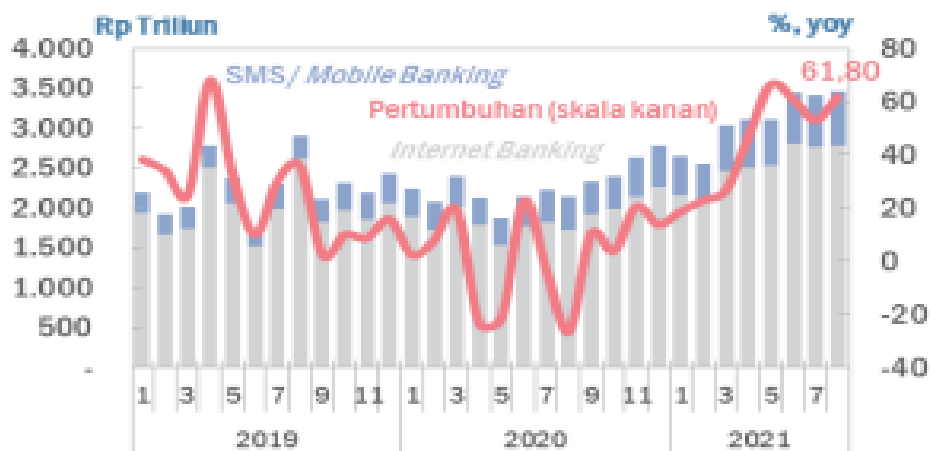
Bank Indonesia terus memperkuat integrasi ekosistem Ekonomi Keuangan Digital (EKD) melalui penguatan kebijakan sistem pembayaran dan koordinasi kebijakan dengan otoritas terkait. Transaksi ekonomi dan keuangan digital pada Agustus 2021 terus meningkat sejalan dengan akseptasi dan preferensi masyarakat untuk berbelanja daring, perluasan pembayaran digital, dan akselerasi digital banking. Pertumbuhan tersebut terutama tercermin pada nilai transaksi uang elektronik dan digital banking. Nilai transaksi Uang Elektronik (UE) meningkat 43,66% (yoy) menjadi Rp24,8 triliun. Nilai transaksi digital banking mencapai Rp3.468,4 triliun, tumbuh 61,80% (yoy). Sementara itu, nilai transaksi pembayaran menggunakan kartu seperti kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit tercatat Rp633 triliun, tumbuh 5,85% (yoy). Perluasan merchant QRIS berlanjut, pada pertengahan September 2021 mencapai 10,4 juta merchant, atau tumbuh 120,22% (yoy). Di sisi tunai, Uang Kartal Yang Diedarkan (UYD) pada Agustus 2021 meningkat 10,73% (yoy) mencapai

Rp843,9 triliun. Bank Indonesia terus memperkuat strategi layanan kas dan distribusi uang untuk memenuhi kebutuhan uang kartal di perbankan dan masyarakat, termasuk pada masa pembatasan mobilitas.



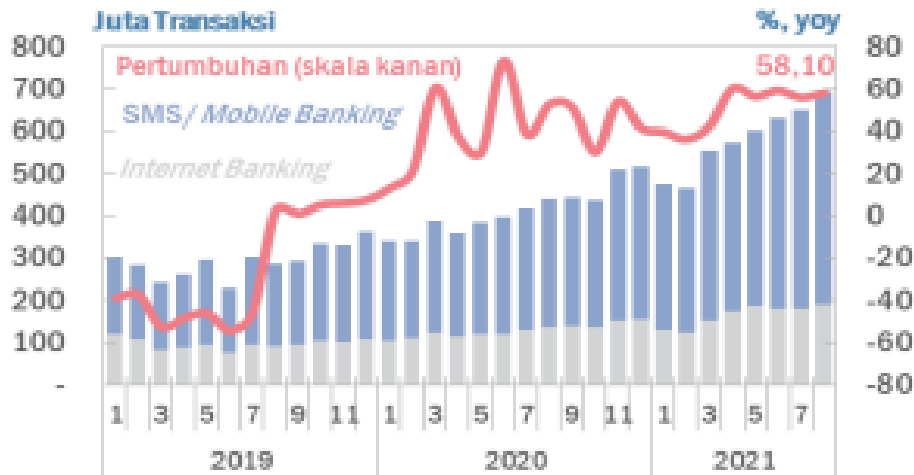
Sumber: Data Bank Indonesia, September 2021

Gambar 1.2. Nilai Transaksi Uang Elektronik



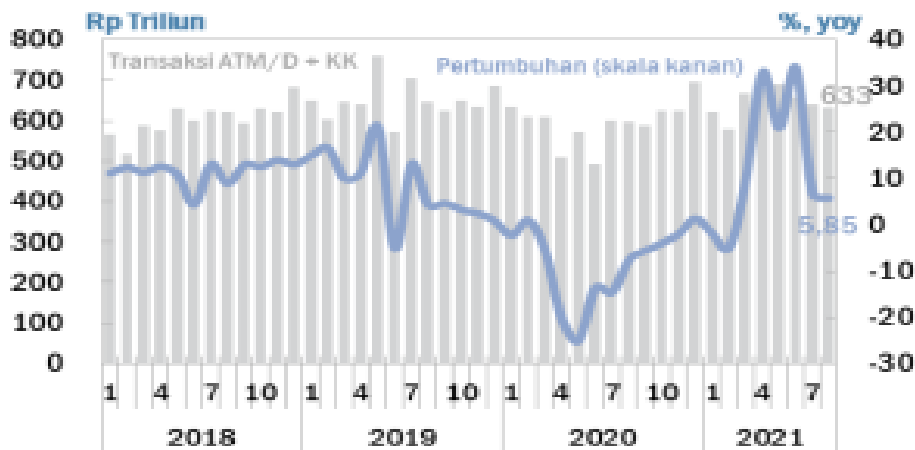
Sumber: Data Bank Indonesia, September 2021

Gambar 1.3. Nilai Transaksi Digital Banking



Sumber: Data Bank Indonesia, September 2021

Gambar 1.4. Volume Transaksi Digital Banking



Sumber: Data Bank Indonesia, September 2021

Gambar 1.5. Volume Transaksi ATM/D dan Kartu Kredit

Bank Indonesia telah menetapkan konsep *Cashless Society* untuk mengurangi peredaran uang tunai dalam transaksi pembayaran masyarakat dan lebih mengedepankan layanan perbankan modern. Untuk menunjang konsep digitalisasi perbankan, diperlukan adanya sistem informasi yang handal dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Saat ini dapat dikatakan bahwa perbankan akan kesulitan dalam

menjalankan operasionalnya tanpa adanya dukungan teknologi dan informasi. bahkan proses digitalisasi perbankan tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis dan operasional, tetapi dapat membantu untuk meminimalisir resiko resiko perbankan baik dari internal maupun eksternal perbankan itu sendiri.

Teknologi informasi secara efektif telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan telah berhasil mengoptimalkan potensi bisnis yang ada dan merubah perilaku transaksi nasabah perbankan yang cenderung mengarah ke digital banking sehingga teknologi informasi memainkan peran yang krusial dalam menjaga berbagai aktivitas masyarakat tetap berjalan dengan aman termasuk layanan perbankan. Perbankan telah mampu mengembangkan teknologi informasi yang mampu untuk menjawab kebutuhan perubahan perilaku transaksi nasabah tersebut dengan pengembangan Teknologi Informasi yang memiliki kecepatan, ketepatan, efisiensi, produktivitas, validitas dan pelayanan kepada nasabah. Perbankan di Indonesia merespon persaingan digitalisasi yang semakin meningkat melalui transformasi digital untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah terutama terkait dengan availability, reliability, security, dan data integrity untuk meyakinkan keamanan dan kehandalan sistem yang dimiliki (Muhamad Chatib Basri – Komisaris Utama Bank Mandiri, 2020).

Scott, S. V., dkk, (2017), dalam penelitiannya berfokus pada pengaruh adopsi inovasi digital dalam jangka panjang terhadap kinerja bank yang. Penelitian tersebut menguji dampak pada kinerja bank dari

inovasi digital dengan mengadopsi Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT), infrastruktur teknologi berbasis jaringan telekomunikasi yang beroperasi diseluruh dunia sebagai pengiriman pesan transaksi atau perintah secara aman antar lembaga keuangan bank ataupun non-bank. Sampel penelitian menggunakan 6848 bank di 29 negara di Eropa dan Amerika sejak tahun 1998 sampai 2005. Hasilnya menunjukkan bahwa SWIFT memiliki dampak positif dan signifikan pada profitabilitas perbankan dalam periode 9 tahun yang diukur berdasarkan margin laba. Selain itu, hasil lain juga menunjukkan bahwa penjualan secara positif dan signifikan terkait pengaruh adopsi SWIFT jangka panjang, peningkatan penjualan perusahaan sekitar 50% selama SWIFT diadopsi. SWIFT juga mempengaruhi biaya operasi turun sekitar 20% lebih kecil dari peningkatan proporsional pendapatan dalam periode 10 tahun setelah adopsi SWIFT. Hal ini menunjukkan bahwa SWIFT meningkatkan laba, baik dengan mengurangi biaya dan meningkatkan permintaan, tetapi efeknya lebih kuat pada pendapatan (Scott, S. V., dkk, 2017).

Mengingat mayoritas transaksi perbankan sudah bergeser kearah *digital*, faktor keamanan dalam bertransaksi menjadi perhatian lebih untuk memberikan kenyamanan dan *trust* kepada nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema dengan memilih judul penelitian mengenai: **"Analisis Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kinerja Perbankan Pada Klasifikasi Kelompok Bank**

Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4 Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Layanan *Digital Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021?
2. Apakah Layanan *Digital Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021?
3. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021?
4. Apakah Layanan *Digital Banking* dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021.
2. Untuk menganalisa pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021.
3. Untuk menganalisa pengaruh Layanan Kepuasan Nasabah terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021.
4. Untuk menganalisa pengaruh Layanan *Digital Banking* Segmen *Retail* Dengan Tingkat Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kinerja Perbankan (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 3 dan 4) pada tahun 2015 sampai dengan 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat. Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi maupun menjadi tambahan literatur bagi pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai masalah perbankan digital.

- b. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan pola pikir penulis dalam mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya terjadi di lapangan.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, masukan dan inovasi terhadap pengambil kebijakan dalam melihat bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh transaksi perbankan digital.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang akan berimplikasi positif terhadap kinerja perusahaan secara berkesinambungan.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini mencakup layanan *Digital Banking*, kinerja perbankan, kepuasan nasabah dan Klasifikasi Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 3 dan 4 pada tahun 2015 sampai dengan 2021.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini mengacu pada standar penulisan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tinjauan teori dan konsep yang digunakan pada penelitian dan penelitian terdahulu yang dirangkum dalam tinjauan empiris.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas mengenai kerangka konseptual yang menjadi arah 13 penelitian dan hipotesis yang menjadi dugaan sementara atas hasil penelitian.

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini membahas rancangan penelitian; lokasi dan waktu penelitian; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel; jenis dan sumber data penelitian; metode pengumpulan data; variabel penelitian dan definisi operasional; instrument penelitian dan teknik analisa data.

BAB V HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian.

BAB VI PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan dengan mengintegrasikan hasil temuan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu.

BAB VII PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1. Digital Banking

Menurut Penyelenggaraan Digital Branch Bank Umum oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (financial advisory), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank. Pengembangan strategi bisnis yang mengarah kepada layanan perbankan digital memerlukan infrastruktur yang memadai. Di antaranya manajemen risiko, penyesuaian teknologi informasi, business model, business process, internal control, dan sumber daya manusia, untuk mendukung kenyamanan, keamanan, serta keandalan layanan perbankan digital dalam penyediaan informasi, komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, pemrosesan transaksi, dan penutupan rekening (Emi Susanti, 2019).

Layanan Digital Banking telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, yang menyampaikan bahwa bahwa dengan semakin tingginya persaingan di industri jasa keuangan, mendorong bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dengan lebih efektif dan efisien serta secara berkesinambungan; bahwa untuk mendorong efektivitas, efisiensi, dan menciptakan kesinambungan pelayanan kepada nasabah, bank perlu semakin meningkatkan kapabilitas diikuti dengan penyelarasan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran;. bahwa sebagai salah satu upaya peningkatan kapabilitas bank, pemanfaatan perkembangan teknologi informasi secara lebih optimal merupakan prasyarat dalam mendukung inovasi layanan bank; bahwa untuk mewujudkan penyelarasan strategi bisnis agar lebih tepat sasaran, bank perlu memberikan kemudahan akses layanan perbankan berbasis teknologi informasi tanpa batasan tempat dan waktu - 2 - untuk mendorong pengelolaan keuangan nasabah yang lebih baik; bahwa inovasi layanan dan penyelarasan strategi dalam penggunaan teknologi informasi mendorong industri perbankan untuk memasuki era layanan perbankan digital; bahwa penyediaan layanan perbankan digital dapat berdampak pada peningkatan risiko terutama pada risiko operasional, risiko strategi, dan risiko reputasi sehingga perlu peningkatan penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi secara efektif oleh bank.

Dalam POJK Nomor. 12/POJK.03/2018 Bab I Pasal 1 menyampaikan bahwa (1) Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi. (2) Layanan Perbankan Elektronik adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. (3) Layanan Perbankan Digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan.

POJK Nomor. 12 /POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum pada Bab II tentang Layanan Perbankan Elektronik dalam Pasal 3 menyampaikan bahwa Bank menyelenggarakan Layanan Perbankan Digital dengan memanfaatkan saluran distribusi (*delivery channe*). Pasal 5 dijelaskan terkait Produk Layanan Perbankan Elektronik yang bersifat transaksional yang perlu memperoleh persetujuan Otoritas Jasa Keuangan adalah produk baru yang memiliki karakteristik berbeda dengan produk yang telah ada di Bank dan/atau menambah atau meningkatkan eksposur risiko tertentu pada Bank. Contoh Layanan Perbankan Elektronik yang bersifat transaksional antara lain pemindahbukuan, transfer dana, pembayaran,

dan pembelian. Disebutkan pada Pasal 6, bahwa prinsip pengendalian pengamanan data dan transaksi nasabah dari Layanan Perbankan Elektronik pada setiap sistem elektronik mencakup antara lain: kerahasiaan (*confidentiality*); integritas (*integrity*); ketersediaan (*availability*); keaslian (*authentication*); tidak dapat diingkari (*non repudiation*); pengendalian otorisasi dalam sistem, pangkalan data (*database*), dan aplikasi (*authorization of control*); pemisahan tugas dan tanggung jawab (*segregation of duties*); dan pemeliharaan jejak audit (*maintenance of audit trails*). Yang dimaksud dengan “sistem elektronik” adalah sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi bagi Bank Umum. Pasal 7 menjelaskan contoh layanan perbankan digital, antara lain: a). layanan pembukaan rekening secara mandiri oleh nasabah melalui ATM yang sudah dikembangkan atau aplikasi Bank yang terdapat pada *smartphone*, dan didukung dengan fasilitas antara lain pemindai sidik jari, pemindai kartu identitas, dan/atau *video banking*; b). layanan pengajuan kredit perumahan kepada nasabah. Dalam memberikan persetujuan kredit, Bank menganalisis data keuangan nasabah berupa posisi keuangan, pola transaksi, dan portofolio keuangan. Selain itu, Bank juga memberikan saran kepada nasabah dalam membantu pengambilan keputusan pembelian rumah dengan menyediakan data seperti harga dan lokasi rumah dari pihak ketiga yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik nasabah. Pengajuan kredit dilakukan secara langsung melalui aplikasi Bank yang terdapat pada

smartphone nasabah dengan otorisasi transaksi antara lain menggunakan sidik jari.

POJK Nomor. 12/POJK.3/2018 Bab II tentang Layanan Perbankan Digital dalam Pasal 10 menyampaikan bahwa Layanan Perbankan Digital yang disediakan oleh Bank berupa: a) administrasi rekening mencakup antara lain pembukaan rekening, pengkinian data nasabah, hingga penutupan rekening, dengan memanfaatkan media elektronik; b) otorisasi transaksi mencakup transaksi keuangan dan/atau transaksi non-keuangan seperti aplikasi mobile banking yang dapat membaca data suara nasabah dan aplikasi pendukung penggunaan QR code dan/atau Near Field Communication (NFC) yang disediakan oleh merchant untuk pendebitan secara otomatis sesuai dengan nominal transaksi; c) pengelolaan keuangan meliputi perencanaan keuangan, eksekusi transaksi keuangan, dan konsultasi keuangan yang terkait dengan layanan perbankan; d) pelayanan produk keuangan lain berdasarkan persetujuan Otoritas Jasa Keuangan.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 Tentang Sistem Pembayaran. Secara umum disampaikan bahwa, Perkembangan digitalisasi dan inovasi dalam bidang Sistem Pembayaran pada satu sisi memberikan peluang bagi peningkatan efisiensi industri Sistem Pembayaran dan percepatan inklusi ekonomi dan keuangan digital. Pada sisi lain, perkembangan digitalisasi dan inovasi Sistem Pembayaran menimbulkan tantangan yang berasal dari semakin tingginya kompleksitas kegiatan dan variasi model bisnis penyelenggara jasa Sistem Pembayaran

sehingga meningkatkan berbagai risiko dalam penyelenggaraan Sistem Pembayaran yang dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Reformasi pengaturan Sistem Pembayaran diperlukan sebagai upaya untuk merespons digitalisasi dan inovasi Sistem Pembayaran melalui penataan kembali industri Sistem Pembayaran, termasuk memitigasi risiko yang ditimbulkan oleh semakin berkembangnya aktivitas penyelenggara jasa Sistem Pembayaran yang dilakukan oleh Lembaga Selain Bank dan perluasan ekosistem pembayaran digital antarpengelola dalam satu kelompok usaha atau antarkelompok usaha yang menimbulkan tantangan bagi pengaturan level playing field bagi penyelenggara jasa Sistem Pembayaran. Fungsi Sistem Pembayaran dalam memfasilitasi perpindahan dana perlu diselaraskan dengan perkembangan digitalisasi melalui penguatan pengaturan terkait konsepsi Sumber Dana serta akses ke Sumber Dana melalui instrumen dan kanal, termasuk aspek penyelenggaraan Sistem Pembayaran lintas negara.

Dijelaskan lebih lanjut pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 Tentang Sistem Pembayaran, bahwa Efektivitas pengaturan Sistem Pembayaran perlu ditingkatkan antara lain melalui penerapan pendekatan pengaturan yang mengedepankan principle-based regulation dan optimalisasi peran SRO dalam menerbitkan ketentuan teknis dan mikro serta mendukung implementasi perizinan, persetujuan, pengawasan, penyusunan, dan pengelolaan standar sesuai dengan arah kebijakan Bank Indonesia. Upaya reformasi pengaturan Sistem

Pembayaran akan didukung dengan penguatan dan penyelarasan fungsi dan kewenangan Bank Indonesia terkait perizinan, pengawasan, serta data dan/atau informasi yang terintegrasi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan Sistem Pembayaran yang cepat, mudah, murah, aman, dan andal dengan tetap memperhatikan perluasan akses dan perlindungan konsumen. Reformasi pengaturan Sistem Pembayaran diarahkan untuk dapat merestrukturisasi industri yang mengedepankan praktik bisnis yang sehat serta penyederhanaan pengaturan melalui restrukturisasi kerangka pengaturan dan penerbitan peraturan induk yang dapat memayungi ekosistem Sistem Pembayaran secara komprehensif yang sejalan dengan perkembangan ekonomi dan keuangan digital.

Menurut (Sharma, 2017; Ginovsky, 2017; Dias, Patnaik, Scopa, van Bommel, 2017) manfaat utama dari digitalisasi adalah:

- a. Efisiensi Bisnis. Tidak hanya platform digital meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memberikan kebutuhan mereka lebih cepat, mereka juga menyediakan metode untuk membuat fungsi internal lebih efisien. Sementara bank telah berada di garis depan teknologi digital di ujung konsumen selama beberapa dekade, mereka belum sepenuhnya memanfaatkan semua manfaat middleware untuk mempercepat produktivitas.
- b. Penghematan Biaya. Salah satu kunci bagi bank untuk memotong biaya adalah aplikasi otomatis yang menggantikan tenaga kerja manual yang berlebihan. Pemrosesan bank tradisional mahal, lambat dan rentan terhadap kesalahan manusia, menurut

McKinsey & Company. Mengandalkan orang dan kertas juga membutuhkan ruang kantor, yang menghabiskan energi dan biaya penyimpanan. Platform digital di masa depan dapat mengurangi biaya melalui sinergi data yang lebih kualitatif dan respons yang lebih cepat terhadap perubahan pasar.

- c. Akurasi yang meningkat. Bank tradisional yang terutama mengandalkan pemrosesan kertas dapat memiliki tingkat kesalahan hingga 40%, yang membutuhkan pengerjaan ulang. Ditambah dengan kurangnya integrasi TI antara cabang dan staf kantor, masalah ini mengurangi efisiensi bisnis. Dengan menyederhanakan proses verifikasi, lebih mudah untuk mengimplementasikan solusi TI dengan perangkat lunak bisnis, yang mengarah ke akuntansi yang lebih akurat. Akurasi keuangan sangat penting bagi bank untuk mematuhi peraturan pemerintah.
- d. Peningkatan daya. Solusi digital membantu mengelola daftar pemasaran, memungkinkan bank untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen yang mengerti teknologi. Platform CRM dapat melacak riwayat pelanggan dan menyediakan akses cepat ke email dan bentuk komunikasi online lainnya. Ini efektif untuk menjalankan program hadiah pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan.
- e. Kelincahan yang lebih besar. Penggunaan otomatisasi dapat mempercepat proses eksternal dan internal, yang keduanya dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan. Menyusul jatuhnya pasar keuangan pada 2008, peningkatan penekanan diberikan pada manajemen risiko. Alih-alih bank mempekerjakan dan melatih profesional manajemen risiko, perangkat lunak manajemen risiko mungkin mendeteksi dan merespons perubahan pasar lebih cepat daripada profesional berpengalaman sekalipun.

- f. Keamanan yang ditingkatkan. Semua bisnis besar atau kecil menghadapi semakin banyak ancaman cyber yang dapat merusak reputasi. Pada bulan Februari 2016, Internal Revenue Service mengumumkan telah diretas tahun sebelumnya, seperti yang dilakukan beberapa perusahaan teknologi besar. Bank dapat memanfaatkan lapisan keamanan ekstra untuk melindungi data.

2.1.2 Pengelompokan Bank dan Produk Bank

2.1.2.1 Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti

Sesuai POJK Nomor 12 /POJK.03/2021 tentang Bank Umum Pasal 147 ayat 1, disampaikan bahwa Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti yang selanjutnya disingkat KBMI adalah pengelompokan bank yang didasarkan pada Modal Inti yang dimiliki, dengan demikian bank dikelompokkan menjadi 4 (empat) KBMI: (1) merupakan bank dengan Modal Inti sampai dengan Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah); (2). KBMI 2 merupakan bank dengan Modal Inti lebih dari Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah) sampai dengan

Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah); (3). KBMI 3 merupakan bank dengan Modal Inti lebih dari Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah) sampai dengan Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah); dan (4). KBMI 4 merupakan bank dengan Modal Inti lebih dari Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah).

2.1.2.2. Produk Bank

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 13 / POJK.03/2021 tentang Penyelenggaraan Produk Bank Umum dijelaskan bahwa peningkatan kompetisi di industri jasa keuangan, mendorong bank untuk melakukan transformasi dalam menyediakan layanan kepada masyarakat; b. bahwa untuk mendorong transformasi layanan bank, diperlukan dukungan otoritas atas pemanfaatan teknologi agar menghasilkan inovasi dalam menciptakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah secara dinamis dan tepat sasaran.

Disampaikan pula pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 13 / POJK.03/2021 tentang Penyelenggaraan Produk Bank Umum Pasal 4 ayat 2, dikemukakan bahwa Produk Bank dasar yang terkait dengan kegiatan sederhana antara lain transfer dana, uang elektronik, layanan keuangan digital, alat pembayaran menggunakan kartu, traveller's cheque, cash management, safe deposit, box, jual beli uang kertas asing, transaksi derivatif yang bersifat sederhana atau standar (plain vanilla), agen penjualan surat berharga negara, bancassurance model bisnis referensi, dan layanan nasabah prima; ayat 3

dijelaskan pula bahwa Produk Bank yang berbasis teknologi informasi antara lain layanan perbankan elektronik, layanan perbankan digital, dan layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif.

2.1.2.3. Produk *Digital Banking*

Sesuai POJK Nomor 12/POJK/03/2018 Pasal 3 tentang contoh saluran distribusi (delivery channel) Layanan Perbankan Elektronik antara lain *Automated Teller Machine (ATM)*, *Cash Deposit Machine (CDM)*, *phone banking*, *Short Message Services (SMS) banking*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *Point of Sales (POS)*, *internet banking*, dan *mobile banking*.

2.1.3. Konsep Kepuasan Nasabah

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Dalam konsep kepuasan pelanggan, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya (Pratiwi Kusumaningrum, 2014).

Pengukuran variabel dimaksud, menggunakan indikator kepuasan pengguna teknologi layanan yang dikemukakan oleh Zeithaml, et al (2006:130):

- a. Mengatasi masalah saat dalam situasi yang sulit: konsumen akan merasa puas jika teknologi dapat mengatasi masalah/ keperluan yang mendesak.
- b. Lebih baik dari alternatif lain: konsumen akan merasa puas jika teknologi yang dilakukan lebih baik dari alternatif lain dari segi mudah digunakan, menghindari layanan personel, menghemat waktu, kapanpun, dimanapun, menghemat uang.
- c. Melakukan tugasnya: karena banyak kegagalan teknologi, maka konsumen akan merasa puas jika teknologi yang digunakan dapat berjalan sesuai fungsinya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya, Philip Kotler (2002:42).

2.1.3.2. Kualitas Layanan

Para ahli setuju bahwa kualitas layanan dapat dibagi menjadi dua dimensi utama (Grönroos, 1983; Lehtinen and Lehtinen, 1982), Yang pertama disebut oleh Zeithaml et al., 1985 sebagai "kualitas dari hasil" dan kedua menurut Grönroos (1984) sebagai "kualitas teknis". Namun, dimensi pertama berkaitan dengan bagaimana layanan itu diberikan, dimensi kedua berkaitan dengan bagaimana layanan disampaikan: proses yang dilalui pelanggan untuk mendapatkan hasil layanan. Namun,

kualitas layanan dapat juga didefinisikan sebagai "penilaian tentang keunggulan atau keunggulan layanan secara keseluruhan" (Schneider & White, 2004, p.51)

Menurut Barata (2004) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok:

- a. Kemampuan (*Ability*)
- b. Sikap (*Attitude*)
- c. Penampilan (*Appearance*)
- d. Perhatian (*Attention*)
- e. Tindakan (*Action*)
- f. Tanggung jawab (*Accountability*)

Disampaikan oleh (tjiptono, 2007) bahwa kualitas pelayanan yaitu suatu cara untuk memenuhi kemauan dan kebutuhan konsumen dan juga pemberian penyampaian yang tepat untuk memenuhi harapan konsumen, pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, yaitu:

- a. Kecepatan.
- b. Ketepatan.
- c. Keramahan.
- d. Kenyamanan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266), pelayanan adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

2.1.4. Kinerja Perbankan

Kinerja bank menurut (Hamidi, 2019) dapat diwujudkan melalui tingkat kenaikan penjualan, dan meningkatkan profitabilitas. Margin laba yang didefinisikan sebagai laba operasi sebelum pajak bruto dibagi dengan pendapatan sebagai ukuran kinerja (Scott, S. V., dkk, 2017). Laba akuntansi dapat menyimpang laba ekonomi, tetapi keduanya cenderung berkorelasi pada tingkat perusahaan dan ekonomi industri yang mendukung profitabilitas sebagai ukuran utama kinerja perusahaan (Slade, 2004).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, beberapa menyampaikan bahwa kinerja bank diukur oleh profitabilitasnya. Sehingga penelitian ini akan menggunakan profitabilitas sebagai ukuran kinerja bank yang digambarkan oleh ROA dan ROE.

2.1.4.1. Return On Asset (ROA)

Menurut Dendawijaya (2003: 120) ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan atau laba secara keseluruhan. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007: 196) ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. ROA berguna untuk mengukur sejauh mana efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimilikinya. (Siahan, 2004). Dendawijaya (2003:120) menyatakan bahwa ROA menggambarkan kemampuan manajemen untuk memperoleh keuntungan (laba). Semakin tinggi ROA, semakin tinggi keuntungan

perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aktiva perusahaan atau semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih.

2.1.4.2. Return On Equity (ROE)

Menurut Bambang (2002:44) return on equity (ROE) adalah perbandingan antara jumlah laba yang tersedia bagi pemilik modal sendiri disatu pihak dengan jumlah modal sendiri yang menghasilkan laba tersebut dilain pihak atau dengan kata lain profitabilitas modal sendiri adalah kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik karena memberikan tingkat kembalian yang lebih besar pada pemegang saham. Sebagai pembanding untuk rasio ini adalah tingkat suku bunga bebas risiko misalkan suku bunga sertifikat bank Indonesia (Darsono, 2005:57). Rasio ROE yang meningkat menunjukkan peningkatan pada pemegang saham sehingga ini dapat meningkatkan return saham. Return on Equity (ROE) adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga return on equity ini ada yang menyebutnya sebagai rentabilitas modal sendiri (Sutrisno, 2000:197). Menurut Syamsudin, (2004:124) Return On Equity (ROE) adalah suatu pengukuran dari penghasilan (income) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Menurut Husnan dan Enny (2004:73) adalah Rasio yang mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Semakin tinggi tingkat Return On

Equity (ROE) suatu perusahaan, semakin bagus pula tingkat pengembalian dana yang telah diinvestasikan tersebut.

2.2. Tinjauan Empiris

Untuk memudahkan penelitian ini, maka peneliti mengacu pada beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Sebagaimana dikemukakan oleh beberapa peneliti terdahulu yang dapat dilihat melalui uraian di bawah ini:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Akhisar, I., Tunay, K. B., & Tunay, N. (2015).	The Effects of Innovations on Bank Performance: The Case of Electronic Banking Services	Variable Dependen: Electronic Banking Services Variable Independent: Bank Performance	Profitabilitas Bank dipengaruhi oleh jumlah ATM dan layanan perbankan elektronik yang signifikan, di negara maju dan berkembang ditemukan hasil yang berbeda karena keragaman tingkat perkembangan negara, struktur social budaya dan infrastruktur perbankan elektronik.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Susanti, Emi (2019)	Inovasi Digital Banking dan Kinerja Perbankan di Indonesia	Variabel Dependen: Kinerja Perbankan Variabel Independen: Digital Banking	Digital banking berpengaruh positif terhadap kinerja perbankan, dihitung menggunakan ROA, ROE, dan BOPO. Inovasi digital banking memberikan kontribusi bagi perbankan dalam meningkatkan menguntungkan perusahaan, mulai dari keuntungan bersih yang dihasilkan dari penggunaan aktiva, keuntungan bersih yang dihasilkan bagi pemiliknya, dan kinerja yang efisiensi dengan menekan biaya operasional serta

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			meningkatkan pendapatan operasionalnya.
Dharmatanna, Ezra Christian (2020)	Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan di Indonesia	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan (Return on Asset, Return on Equity) Variabel Independen: Financial Technology (Internet Banking, Mobile Banking) Variable Kontrol: (Firm Size dan Capital Adequacy Ratio / Rasio Kecukupan Modal)	Kinerja keuangan perbankan di Indonesia pada tahun 2015-2019 yang mengadopsi dan yang tidak mengadopsi fintech menunjukkan adanya perbedaan kinerja keuangan antara bank yang mengadopsi fintech dengan bank non adopsi fintech hal ini diiringi dengan pengaruh fintech yang meningkatkan kinerja keuangan perbankan di Indonesia.
Wijayanti, R.P., Al Azizah, U.S.,	The Effect of Digital Banking	Penelitian ini menggunakan Metode Regresi Linier Berganda dengan	Secara parsial, <i>Internet Banking</i>

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Daulay, Yusdi, & Nugroho, A.W. (2021)	Innovation on the Perfromance of Conventional Commercial Banks in Indonesia	empat belas Bank Umum Konvensional di Indonesia sebagai populasi, terdiri dari 7 bank dari BUKU 3 dan 7 bank dari BUKU 4. <i>Sample</i> dalam penelitian adalah lima Bank Umum Konvensional di Indonesia, yang terdiri dari 1 bank BUKU 3 dan 4 bank BUKU 4 selama tahun 2013-2019	dan ATM memiliki pengaruh yang signifikan dan efek positif pada kinerja bank. Sebaliknya, <i>Mobile Banking</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bank secara parsial. Lebih lanjut, penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> , dan ATM berpengaruh terhadap <i>Bank Performance</i>
Nguyen, N.T.H., Kim-Duc, N. and Freiburghaus, T.L. (2021)	<i>Effect of digital banking-related customer experience on banks' financial performance during Covid-19: a</i>	Data penelitian berasal dari survei di Vietnam. Survei disebarakan ke 218 pelanggan dari 20 Bank Komersial Vietnam melalui email pada 2018Q4 dan 2020Q2. <i>Financial Perormance</i> diukur menggunakan laporan keuangan triwulanan bank sebelum dan selama Pandemic Covid-19	<i>Customer Experience</i> dengan <i>Digital Banking</i> memiliki dampak yang signifikan dan positif pada <i>Financial</i>

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>perspective from Vietnam</i>		<p><i>Performance</i> melalui kepuasan pelanggan sebelum Covid-19, sedangkan dua variabel <i>intermediate</i> lainnya (<i>word-of-mouth [WoM]</i> dan <i>trust</i>) tidak memiliki dampak yang signifikan. Selama <i>lockdown</i>, hanya <i>WoM</i> yang berdampak positif pada <i>Financial Performance</i>. Temuan ini menunjukkan bahwa sebelum Covid-19, ketika pelanggan dapat dengan mudah berinteraksi dengan bank mereka melalui banyak titik kontak, kepuasan pelanggan dengan layanan</p>

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Konsep/Teori/Hipotesis/Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<p><i>Digital Banking</i> menciptakan <i>Financial Performance</i> yang lebih tinggi untuk bank. Namun, selama <i>lockdown</i>, <i>Digital Banking</i> menjadi titik kontak utama pelanggan dan <i>WoM</i> memediasi hubungan <i>Customer Experience – Financial Performance</i>.</p>
Aditya, Muhammad Arief (2021)	Pengaruh Financial Technology terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia.	Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan populasi 12 Bank Umum Syariah di Indonesia (2017 – 2020). Teknik analisis yang digunakan adalah linear berganda. Variable Dependen: Profitabilitas Bank Umum Syariah Variable Independen: Financial Technology	Financial technology mempunyai pengaruh pada profitabilitas yaitu ROE dan NOM, sedangkan untuk ROA dan ROI tidak mempunyai pengaruh pada profitabilitas