PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERBANKAN YANG MELAKUKAN ONLINE BANKING DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017

ILHAM WAHYU ALFAJRI (20141111084)

ACC 18/10/2018

ABSTRACT

The frequency of transactions through online banking increased 169% from 13.6 million customers in 2012 to 50.4 million customers in 2016. Providing an overview of the increase in revenue from the use of technological innovations. The purpose of this research is to determine the effect of innovation technology on the financial performance. Population of this research is all Banks that conduct online banking listed in Indonesia Stock Exchange in 2017. Population of this research are 30 banks in IDX that provides online banking. The independent variable uses primary data obtained from quesionnaires are Customer Independent, Customer Assisted, and Customer Transparent as a calculation of Innovation technology. The dependent variables uses secondary data from financial reports in Indonesia Stock Exchange (IDX) are financial performance which uses 3 indicators consisting of Non Performing Loans (NPL), Return on Assets (ROA) and Capital Adequacy Ratio (CAR). The data processing method used is the Partial Least Square (PLS) method using SmartPLS 3.0 software. The results show that Customer Independent have no significant effect on financial performance. Customer assisted and customer transparent have a positive significant on financial performance.

***Keywords**: customer independent, customer assisted, customer transparent, financial performance, technology innovation and bank.*

1. Pendahuluan

Dinamika kehidupan masyarakat dewasa ini, telah melahirkan pola pemikiran baru yang turut berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Salah satu hal yang dituntut untuk terus mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal perpindahan dana secara cepat, aman dan efisien adalah mekanisme pembayaran. Berkaca pada kondisi tersebut, perkembangan sistem pembayaran tidak pernah terpisahkan dengan inovasi-inovasi infrastruktur teknologi, maka perkembangan sistem pembayaran di Indonesia saat ini mengarah pada upaya penguatan infrastruktur dan pengembangan sistem dengan bertopang pada kemajuan teknologi informasi.

Perkembangan industri perbankan di Indonesia berjalan sangat cepat dan menimbulkan persaingan antar bank yang cukup ketat. Disisi lain, kebutuhan dan keinginan para nasabah semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dibidang perbankan. Oleh karena itu, bank saling berlomba-lomba untuk memberikan kemudahan dan inovasi dalam pelayanan kepada para nasabahnya (Niaam 2016).

Electronic Banking adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004).Perkembangan teknologi selalu menghadirkan perubahan bagi bisnis bank. Tidak terkecuali ketika layanan *online banking* mulai merambah ke segala arah dan mengikis sumber pendapatan serta mempengaruhi kinerja keuangan pada bank. Perkembangan yang satu ini, banyak bank yang sudah mulai menggunakan untuk menyesuaikan bisnisnya.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penyedia dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Rhamadana dan Triyonowati, 2016).

Menurut Fisher (1998) penerapan teknologi di lingkungan perbankan saat ini terbagi menjadi tiga spesifik kategori: *customer independent* (teknologi yang melibatkan pelanggan yang melakukan dan menyelesaikan transaksi dengan bank yang sepenuhnya bebas dari kontak manusia dengan institusi misalnya pada ATM, *credit card* dan *internet banking*); *customer assisted* (pegawai bank akan menggunakan teknologi yang dibantu oleh pelanggan sebagai sumber untuk menyelesaikan transaksi, misalnya petugas layanan pelanggan *call center* akan menggunakan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) untuk memahami profil pelanggan dan memberikan tanggapan

instan terhadap permintaan pelanggan pada transaksi perbankan dan tagihan terbaru (Gutek & Welsh, 2000); dan *customer transparent* (Pelanggan yang mewakili inti operasional bank dan pelanggan tidak pernah melihatnya, namun mengharapkannya) (Wachira, 2013).

2. Landasan Teori dan Pengembangan HIpotesis

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Sejarah dan Pengertian Bank

Menurut website resmi Otoritas Jasa keuangan (OJK), kehadiran institusi perbankan pertama di Indonesia tidak terlepas dari adanya kolonial Hindia Belanda reenigde Oost-Indische Compagnie (VOC) di Indonesia, VOC yaitu perusahaan induk penghimpun perusahaan-perahaan dagang Belanda, mereka mengukuhkan kekuasaannya di Batavia pada 1619. Kebijakan yang cukup berpengaruh dalam perkembangan perbankan di awal kemerdekaan ini yaitu nasionalisasi De Javasche Bank. De Javasche Bank sebagai bank sentral melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1951.

Perubahan terhadap regulasi perbankan terus berkembang dengan ditetapkannya beberapa ketentuan undang-undang Perbankan, Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998, seiring dengan perkembangan jaman juga telah dibentuk beberapa lembaga-lembaga negara yang berkaitan dengan perbankan seperti baik yang sifatnya sementara (*temporary*) maupun yang masih ada hingga saat ini, BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional), Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan pembaharuan terhadap kegiatan perbankan lainnya (Ginting, 2014).

2.1.2. *Diffusion Innovation Theory*

Difusi inovasi merupakan gabungan dua kata yang kemudian membentuk satu arti baru. Menurut Rizal (2012)**,** difusi diartikan dengan suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial budaya. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu, difusi juga dapat diangap sebagai suatu jenis perubahan sosial budaya yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial budaya. Jelas disini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi.

Menurut Rizal (2012) teori ini meyakini bahwa sebuah inovasi terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bisa diprediksi. Beberapa kelompok orang akan mengadopsi sebuah inovasi segera setelah mereka mendengar inovasi tersebut. Sedangkan beberapa kelompok masyarakat lainnya membutuhkan waktu lama untuk kemudian mengadopsi inovasi tersebut. Ketika sebuah inovasi banyak diadopsi oleh sejumlah orang, hal itu dikatakan *exploded* atau meledak.

2.1.3. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Fatmawati (2015), model TAM mengkonsepkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Asalnya dari pendekatan teori psikologis untuk menjelaskan pengguna yang mengacu pada kepercayaan, sikap, minat, dan hubungan perilaku pengguna. Ciri khas dari Model TAM adalah sederhana namun bisa memprediksi penerimaan maupun penggunaan teknologi. Venkatesh (2000) mengintegrasikan model TAM dengan memasukkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan sistem. Faktor intrinsik berarti muncul dari dalam individu pengguna, sedangkan faktor ekstrinsik berarti karena factor

2.1.4. *Disruptive Innovation Theory*

Istilah *disruptive innovation* dikembangkan oleh Christensen seorang Profesor Bisnis dari Harvard Business School menerbitkan buku yang berjudul The Innovator Dillema ditahun 1997. Inovasi disruptif (*disruptive innovation*) adalah inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut. Inovasi disruptif mengembangkan suatu produk atau layanan dengan cara yang tak diduga pasar, umumnya dengan menciptakan jenis konsumen berbeda pada pasar yang baru dan menurunkan harga pada pasar yang lama (Christensen, 1997).

2.1.5. Jenis Inovasi Perbankan

Menurut website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan perbankan berbasis Teknologi Informasi (TI) yang umumnya dikenal sebagai *electronic banking* (*e-banking*), memudahkan nasabah untuk melaksanakan transaksi keuangan melalui berbagai *delivery channel* antara lain *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), internet banking, *Short Messaging Service* (SMS*) banking*, *phone banking*, maupun *mobile banking.*

2.1.6. Kinerja Keuangan

Menurut Subramanyam dan Wild (2010) kinerja keuangan merupakan pengakuan pendapatan dan pengaitan biaya yang menghasilkan laba yang lebih unggul dibandingkan arus kas untuk mengevaluasi kinerja keuangan. Pengakuan pendapatan memastikan bahwa semua pendapatan yang dihasilkan dalam suatu periode telah diakui. Pengaitan memastikan bahwa beban yang dicatat pada suatu periode hanya beban yang terkait dengan periode tersebut.

2.1.6.1. Metode RGEC

Peraturan yang secara spesifik membahas tentang kesehatan perbankan dengan menggunakan metode RGEC adalah Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.13/1/PBI/2011 dan SE BI No. 13/24/DPNP tanggal 25 Oktober 2011. Dalam peraturan tersebut terdapat beberapa indikator yang diperlukan dalam mengukur tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEC dan penilaian peringkat komposit tingkat kesehatan bank, antara lain adalah:

1) ***Risk Profile* (Profil Risiko)**

   Risk Profile menjadi dasar penilaian tingkat bank pada saat ini dikarenakan setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh bank sangat memungkinkan akan timbulnya risiko (Yessi, Rahayu dan Endang, 2015). Dalam penelitian ini mengukur faktor profil risiko menggunakan dua indikator yaitu faktor risiko kredit dengan menggunakan perhitungan *Non Performing Loan* (NPL). NPL yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam mengelola kredit bermasalah dari keseluruhan kredit yang diberikan oleh bank yang kolektibilitasnya kurang lancar, diragukan dan macet dari kredit yang diberikan secara keseluruhan yang dapat dilihat dari rumus berikut (Jumingan, 2009):

$$\text{NPL} = \frac{\text{Kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \times 100\%$$

2) ***Earning* (Rentabilitas)**

   Kemampuan bank dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, selain itu rentabilitas (*earnings*) juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Penilaian terhadap aspek rentabilitas meliputi pencapaian *Return On Asset* (ROA) yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak (EAT) dari total aktiva (Atiningsih dan Royham, 2017).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Rata-rata Total Aset}} \times 100\%$$

3) ***Capital* (Permodalan)**

   Menurut Gandawari, Areros dan Keles (2016) *capital* atau permodalan memiliki indikator antara lain rasio kecukupan modal dan kecukupan modal bank untuk mengantisipasi potensi kerugian sesuai profil resiko, yang disertai dengan pengelolaan permodalan yang sangat kuat sesuai dengan karakteristik, skala usaha dan kompleksitas usaha bank. Untuk mengukur tingkat kecukupan modal, Bank Inodonesia sebagai pemegang otoritas tertinggi menggunkan pendekatan rasio CAR (*Capital Adequecy Ratio*).

   Kasmir (2014) menjelaskan CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) yang dibiayai dari dana modal sendiri bank baik dari sumbersumber di luar bank, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang), dan lain-lain.

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{Total ATMR}} \times 100\%$$

2.1.7. *Customer Independent*

2.1.7.1. *Automated Teller Machines* (ATMs)

Menurut Kasmir (2014) ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Banyak sedikitnya jumlah ATM sangat dipengaruhi oleh karakteristik bank dan karakteristik nasabah (Wahyuni, 2002).

Perkembangan dengan teknologi, saat ini bank juga telah menyediakan 3 tipe mesin ATM lainnya, yaitu: mesin ATM yang hanya melayani transaksi non tunai, mesin ATM yang melayani transaksi penyetoran uang tunai Cash Deposit Machine atau CDM, dan mesin ATM yang dapat melayani semua transaksi yang telah disebutkan di atas (www.ojk.go.id).

2.1.7.2. *Credit Card*

Sumarto, *et.al* (2011) mengemukakan bahwa kartu kredit adalah alat pembayaran pengganti uang tunai, berbentuk kartu yang memberikan fasilitas kredit kepada pemiliknya, dimana saat jatuh tempo dapat dibayar dengan jumlah minimum dan sisanya dijadikan kredit. Menurut Lestari, *et.al* (2015) untuk sebagian kalangan, kartu kredit bahkan mendukung gaya hidupnya dan dimanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa.

2.1.7.3. *Online Banking*

Menurut Herington & Weaven (2007), *online banking* adalah bentuk e-layanan di mana pelanggan dapat belajar langsung antara elektronik dan layanan pelanggan dan hal ini secara signifikan dipengaruhi oleh kinerja pelanggan. Umumnya transaksi ini meliputi pengecekan rekening, mengamati daftar transaksi yang menggunakan rekening, dan mentransfer dana dari satu rekening online ke rekening lainnya (Cheung, 2001).

Menurut Antasari, et.al (2016) hadirnya internet banking harus diakui banyak membantu masalah pelayanan. Dengan adanya layanan internet banking yang disediakan oleh sebuah bank, pelayanan akan menjadi cepat dan efektif serta dilakukan di mana pun dan kapan pun selama 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu. Sehingga, nasabah tidak perlu repot-repot lagi mengantri di depan teller saat hendak mengirim sejumlah uang. Hal seperti inilah yang bisa menarik minat nasabah untuk membuka rekening di bank bersangkutan. Nasabah dapat dilayani di mana saja, nasabah juga dapat bertransaksi di mana saja.

2.1.8. *Customer Assisted*

Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, sedangkan pelayanan umum adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya (Moenir, 2006).

2.1.9. *Customer Transparent*

Menurut Zheng & Dai (2013) kepercayaan yaitu suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Kepercayaan merupakan pencitraan, orang bertindak atas kepercayaannya, tingkat kepercayaan nasabah merupakan salah satu modal yang harus diperhatikan oleh perbankan di Indonesia. Besarnya kepercayaan nasabah terhadap sistem elektronik berkaitan dengan besarnya kepercayaan mereka terhadap *online banking*.

Menurut Mukherjee dan Nath (2003) ketika nasabah memperkirakan faktor kepercayaan, beberapa persoalan muncul dalam pikiran mereka dan salah satu persoalan tersebut adalah kesesuaian kemampuan dari sistem elektronik tersebut dengan harapan nasabah. Nasabah menggunakan beberapa ukuran seperti kecepatan akses, apakah jaringannya dapat dipercaya, dan sistem navigasi untuk mengevaluasi transaksi-transaksi elektronik (Zheng & Dai, 2013).

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *Customer Independent* Terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Teo (2011) bahwa penerimaan teknologi didefinisikan sebagai "...*as a user's willingness to employ technology for the tasks it is designed to support*." Maksudnya bahwa penerimaan teknologi dapat didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk menggunakan teknologi agar dapat mendukung tugas yang telah dirancang.

Menurut Hamid (2017) menegaskan bahwa berbagai fenomena yang ada tersebut sudah jelas terjadi bukan tanpa sebab. Pertama, perkembangan teknologi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap arah perubahan dan inovasi. Kedua, kebutuhan yang tinggi akan efisiensi dan efektifitas menyebabkan produsen perlu melakukan inovasi yang mewadahi. Kebutuhan akan efisiensi merupakan sebab yang kuat bagaimana produsen melakukan inovasi untuk masuk ke pasar. Sari, *et.al* (2017) yang mengemukakan adanya pengaruh positif pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja manajerial pengelolaan keuangan. Menurut Wachira (2013) *customer independent* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

H1: *Customer Independent* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.2.2. Pengaruh *Customer Assisted* Terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Nuruddin (2007) bahwa titik awal munculnya teori Difusi Inovasi pada tahun 1944 ketika Paul Lazarfeld, Bernard Berelson dan H. Guadet menulis artikel berjudul "*The People's Choice*". Pada teori itu disebutkan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Pada awalnya teori ini menjadi kajian pada bidang ilmu sosiologi saja, karena difusi inovasi merupakan bagian dari perubahan sosial. Namun kemudian difusi inovasi juga menjadi kajian penting pada ilmu komunikasi, karena satu unsur penting dari difusi inovasi adalah saluran komunikasi. Artinya difusi inovasi menjadi lancar jika saluran komunikasinya tidak mengalami hambatan (Rizal, 2012). Menurut Aminatuzzuhro dan Lutfillah (2014) secara simultan kualitas pelayanan bank dan loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA). Wachira (2013) menyatakan *Customer Assisted* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

H2: *Customer Assisted* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.2.3. Pengaruh *Customer Transparent* Terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Venkatesh (2002) mengintegrasikan model TAM dengan memasukkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan sistem. Faktor intrinsik berarti muncul dari dalam individu pengguna yaitu adanya suatu kepercayaan dari nasabah dalam kualitas yang diberikan oleh pihak bank, sedangkan faktor ekstrinsik berarti karena faktor lingkungan yang mendorong pengguna menggunakan sistem informasi. Prasojo (2015) menyatakan good corporate governance berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Menurut Wachira (2013) *Customer Transparent* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

H3: *Customer Transparent* berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

3. Metodelogi Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data yang sesuai. Objek dalam penelitian ini adalah perbankan yang melakukan *online banking* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variable dependen kinerja keuangan diukur menggunakan NPL, LDR, NPM, ROA dan CAR, untuk variabel independen Customer Assisted, Customer Independent dan Customer Transparant menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada nasabah masing-masing sample. Tabel 3.2 (lihat lampiran) menunjukkan oprasionalisasi variabel untuk penelitian ini.

3.3. Metode Analisis Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 yang dijalankan dengan media komputer. PLS merupakan salah satu metode statistika Structural Equation Model (SEM) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data (Abdillah dan Hartono, 2015).

4. Hasil Penelitian

4.1. Profil Responden

Profil responden ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form document* kepada para responden yang memahami inovasi teknologi yang berkaitan dengan *online banking, credit card, customer care dan customer service.* Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa kategori yaitu jenis kelamin yang didominasi perempuan sebanyak 52 reponden, usia yang didominasi pada jejang 20-30 tahun sebanyak 58 responden, jenjang pendidikan terakhir didominasi pada pendidikan S1 sebanyak 45 responden, jangka waktu responden manjadi nasabah bank didominasi pada jenjang 1-5 tahun sebanyak 54 responden, tingkat pengeluaran didominasi pada tingkat menengah sebanyak 50 responden, dan pertanyaan screening. Pada penelitian ini, peneliti memperoleh 90 responden setelah hasil *screening*.

4.2. Statistik Deskriptif

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Customer Independent	3.64	4.91	4.33	0.43
Customer Assisted	3.50	4.50	3.96	0.40
Customer Transparent	3.33	5.00	4.21	0.57
Kinerja Keuangan	5.29	31.78	23.26	5.74

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan table 4.2 nilai rata-rata variabel *customer independent* sebesar 4,33%. Nilai maksimum sebesar 4,91% dan nilai minimum sebesar 3,64%. Nilai standar deviasi variabel ini yaitu 0,43% dan lebih rendah dari nilai rata-rata sehingga hal ini mengindikasikan bahwa pergerakan *customer independent* stabil (pergerakan naik turunnya sangat kecil atau sedikit).

Variabel *customer assisted* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,96%. Nilai maksimum sebesar 4,50% dan nilai minimum sebesar 3,50%. Nilai standar deviasi variabel ini sebesar 0,40% dan lebih rendah dari nilai rata-rata sehingga hal ini mengindikasikan bahwa pergerakan *customer assisted* stabil (pergerakan naik turunnya sangat kecil atau sedikit).

Variabel *customer transparent* memiliki nilai rata-rata sebesar 4,21%. Nilai maksimum variabel ini sebesar 5,00% dan nilai minimum sebesar 3,33%. Nilai standar deviasi sebesar 0,57% dan lebih rendah dari nilai rata-rata sehingga hal ini mengindikasikan bahwa pergerakan persepsi kendali atas *customer transparent* stabil (pergerakan naik turunnya sangat kecil atau sedikit).

Variabel kinerja keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 23,26%. Nilai maksimum variabel ini sebesar 31,78% dan nilai minimum sebesar 5,29%. Nilai standar deviasi variabel kinerja keuangan sebesar 5,74% dan lebih rendah dari nilai rata-rata sehingga mengindikasikan bahwa pergerakan kinerja keuangan stabil (pergerakan naik turunnya sangat kecil atau sedikit).

4.3. Evaluasi Outer Model
4.3.1. *Convergent Validity*

Tabel 4.7
Outer Loading

Variabel Laten	Indikator	*Outer Loading*
Customer Independent	AT1	0.759
	AT2	0.754
	AT3	0.664
	AT4	0.819
	CC1	0.764
	CC2	0.822
	CC3	0.701
	OB1	0.827
	OB2	0.754
	OB4	0.758
Customer Assisted	CA1	0.919
	CA2	0.963
Customer Transparent	CT1	0.676
	CT2	0.870
	CT3	0.880
Kinerja Keuangan	CAR	0.823
	NPL	0.812
	ROA	0.828

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan sajian data dalam tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak yang memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Namun, terlihat masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0,7. Menurut Ghozali (2011), nilai *outer loading* antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*. Data di atas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai *outer loading* nya di bawah 0,5, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan dalam penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.3.2. *Discriminant Validity*

Tabel 4.8
Cross Loading

Indikator	Variabel			
	Customer Independent	*Customer Assisted*	*Customer Transparent*	Kinerja Keuangan
AT1	0.759	0.330	0.492	0.345
AT2	0.754	0.241	0.294	0.343
AT3	0.664	0.108	0.083	0.130
AT4	0.819	0.008	0.227	0.246
CC1	0.387	0.764	0.499	0.383
CC2	0.031	0.822	0.394	0.249

Indikator	Variabel			
	Customer Independent	***Customer Assisted***	***Customer Transparent***	**Kinerja Keuangan**
CC3	0.103	0.701	0.359	0.079
OB1	0.074	0.827	0.197	0.326
OB2	0.516	0.754	0.477	0.393
OB4	0.179	0.758	0.367	0.214
CA1	0.919	0.228	0.156	0.356
CA2	0.963	0.333	0.289	0.523
CT1	0.295	0.447	0.676	0.300
CT2	0.205	0.463	0.870	0.527
CT3	0.160	0.293	0.880	0.545
CAR	0.328	0.315	0.465	0.823
NPL	0.429	0.266	0.415	0.812
ROA	0.423	0.392	0.543	0.828

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan sajian data pada tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* rata-rata terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing. Selain mengamati nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus > 0,5 untuk model yang baik.

Tabel 4.9
***Average Variant Extracted* (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Customer Independent	**0.583**
Customer Assisted	**0.886**
Customer Transparent	**0.663**
Kinerja keuangan	**0.674**

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan sajian data dalam tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai AVE variabel *customer independent, customer assisted, customer transparent* dan kinerja keuangan > 0,5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.3.3. *Composite Reliability*

Tabel 5.0
Composite Reliability

Variabel	***Composite Reliability***
Customer Independent	**0.933**
Customer Assisted	**0.940**
Customer Transparent	**0.853**
Kinerja keuangan	**0.861**

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan sajian data pada tabel 5.0 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian > 0,6. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite realibility* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

4.3.4. *Cronbach Alpha*

Tabel 5.1
Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Customer Independent	**0.923**
Customer Assisted	**0.876**
Customer Transparent	**0.749**
Kinerja keuangan	**0.759**

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Berdasarkan sajian data di atas pada tabel 5.1, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian > 0,7. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.4. Evaluasi Inner Model

4.4.1. Evaluasi *R-Square*

Tabel 5.2
Estimasi *R-Square*

Konstruk	*R-Square*
Kinerja Keuangan (KK)	0.403

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

Tabel 5.2 menjelaskan hubungan antar konstruk eksogen dengan mengamati nilai *R-Square* yang dihasilkan melalui pengolahan data. Nilai *R-Square* mencerminkan sejauh mana suatu konstruk eksogen dapat menjelaskan konstruk eksogen lainnya. Berdasarkan tabel di atas, Nilai *R-square Adjusted* persamaan KK= 0.343*CA + 0.077*CI + 0.461*CT + e dari tabel di atas 0.403 menunjukkan bahwa 40.3% dari varians Kinerja Keuangan dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel *Customer Assisted*, *Customer Independent* dan *Customer Transparent*, sedangkan 59.7% lainnya disebabkan oleh faktor lain di luar model. Faktor tersebut dapat berupa loyalitas, struktur modal serta likuiditas bank.

4.4.2. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Tabel 5.3
Signifikansi Inner Model

Path	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Signifikansi
Customer Independent (CI) → Kinerja Keuangan (KK)	0. 077	0.484	0.628	Tidak Signifikan
Customer Assisted (CA) → Kinerja Keuangan (KK)	0.343	2.297	0.022	Signifikan

Path	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Signifikansi
Customer Transparent (CT) → Kinerja Keuangan (KK)	0.461	3.495	0.001	Signifikan

Sumber: Output SmartPLS 3.0, diolah kembali (2018)

4.4.2.1. Pengaruh *Customer Independent* Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 5.3 di atas, hubungan *customer independent* dengan kinerja keuangan adalah tidak signifikan dengan T-statistics berada di bawah 1,96 yaitu sebesar 0,484, nilai P-Value di atas 0,05 yaitu sebesar 0,628 dan nilai original sample positif sebesar 0,077. Hipotesis Ho1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *customer independent* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan diterima. Berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa *customer independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada sektor perbankan yang melakukan *online banking* di BEI. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Sinambela dan Rohani (2017) yang mengemukakan bahwa peyediaan layanan *internet banking* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) bahwa pengguna (ATM, kartu kredit dan online banking) mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi yang menunjukkan bahwa terdapat adanya suatu keyakinan tertentu, yaitu persepsi kemudahan penggunaan teknologi dan persepsi manfaat teknologi untuk menentukan niat perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi.

4.4.2.2. Pengaruh *Customer Assisted* Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 5.3 di atas, hubungan *customer assisted* dengan kinerja keuangan adalah signifikan dengan *T-statistics* berada di atas 1,96 yaitu sebesar 2,297, nilai P-Value di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,022 dan nilai original sample positif sebesar 0,343. Hipotesis Ha2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *customer assisted* berpengaruh terhadap kinerja keuangan diterima. Berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa *customer assisted* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan pada sektor perbankan yang melakukan *online banking* di BEI. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Wachira (2013) yang mengemukakan bahwa *customer assisted* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial performance* perbankan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori difusi inovasi bahwa pelayanan yang inovatif menunjukan adanya suatu kualitas yang diberikan kepada para nasabah oleh pihak perbankan dengan menerapkan berbagai inovasi baru untuk membantu meningkatkan dalam peningkatan kinerja keuangan perbankan itu sendiri. Tanpa adanya kualitas serta inovasi baru dari suatu pelayanan maka sulit nantinya bagi pihak bank untuk tetap mempertahankan para nasabah nya karena tidak adanya suatu ketertarikan.

4.4.2.3. Pengaruh *Customer Transparent* Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 5.3 di atas, hubungan *customer transparent* dengan kinerja keuangan adalah signifikan dengan T-statistics berada di atas 1,96 yaitu sebesar 3,495, nilai P-Value di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,001 dan nilai original sample positif sebesar 0,461. Hipotesis Ha3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *customer transparent* berpengaruh terhadap kinerja keuangan diterima. Berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa *customer transparent* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan pada sektor perbankan yang melakukan *online banking* di BEI. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Wachira (2013) yang mengemukakan bahwa *customer transparent* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial performance* perbankan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *disruptive innovation* yang menegaskan bahwa berbagai fenomena yang ada tersebut dibutuhkan suatu kepercayaan dalam perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap arah perubahan dan inovasi, serta kebutuhan yang tinggi akan efisiensi dan efektifitas menyebabkan perbankan perlu melakukan inovasi yang mewadahi. Kebutuhan akan efisiensi merupakan sebab yang kuat bagaimana

produsen melakukan inovasi untuk masuk ke pasar dengan memanfaatkan kepercayaan dari para nasabah.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasa pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Independent* memiliki pengaruh yang bersifat tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. *Customer Assisted* dan *Customer Transparent* memiliki pengaruh yang bersifat signifikan terhadap kinerja keuangan.

5.1. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan penulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa responden sebagai sampel dari tiap masing-masing bank.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian dari sektor-sektor yang berbeda, seperti pada sektor *food and beverage* yang dapat meningkatkan inovasi teknologi pada alat pabrik untuk kemajuan produknya.
3. Penelitian lebih lanjut dapat menambah jangka waktu penelitian, karena untuk 1 periode ruang lingkupnya terlalu sempit sehingga untuk pengukuran rasio kinerja keuangan nya kurang maksimal.
4. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Karena kinerja keuangan selain dari segi internal juga dapat diniliai dari eksternal perusahaan seperti investasi.
5. Indikator pada kinerja keuangan dapat diganti dan disesuaikan dengan objek.
6. Hindari penggunaan data yang konstan dalam mengumpulkan data baik data sekunder maupun primer. Karena dapat mengganggu dalam pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Aminatuzzuhro, & Lutfillah, N. Q. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Perbankan 2011-2012). *E-Jurnal Kewirausahaan*, *2*(2004), 23–42.

Antasari, A. S., Kertahadi, & Riyadi. (2016). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bontang), *1*(2).

Atiningsih, S., & Royham, A. N. (2017). Pengaruh Indikator Penilaian Kesehatan Bank Dengan Metode RGEC dan Asset Quality Terhadap Harga saham Perbankan yang Listing di BEI Periode 2012-2016 (Effect of Bank Health Rating Indicators with RGEC and Asset Quality Methods to Listing Banking Prices in. *Fokus Ekonomi*, *12*, 24–46.

Cheung, C. S. (2001). *Understanding Adoption and Continual Usage Behaviour Towards Internet Banking Services in Hong Kong*. Hongkong.

Dai, Z., & Zheng, X. (2013). The Study on Factors Influencing Personal Internet Banking Customers' Loyalty. *WHICEB 2013 Proceedings*.

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terasap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra*, *9*(1), 1–13.

Gandawari, Y., Areros, W. A., & Keles, D. (2016). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Menggunakan Metode RGEC pada PT. Bank Sulutgo Periode 2014-2016.

Ginting, J. (2014). *Hukum Perbankan dan Tindak Pidana Pencucian Uang* (1st ed.). Tanggerang Selatan: Universitas Terbuka.

Hamid, E. S. (2017). Disruptive Innovation : Manfaat Dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi, 1–20.

Herington, & Weaven. (2007). Information System Success: The Quest for The Dependent Variable. *Information System Research*.

Jumingan. (2009). *Analisis Laporan Keuangan*. Surakarta: Bumi Aksara.

Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Lestari, B. A., Suharjo, B., & Muflikhati, I. (2015). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 143–151. https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.143

Moenir. (2006). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, *21*(1), 5–15. https://doi.org/10.1108/02652320310457767

Niaam, M. A. (2016). Kepuasaan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*.

Nuruddin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rhamadana, R. bima, & Triyonowati. (2016). Analisis Rasio keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT. H. M Sampoerna Tbk. *Jurnal Imu Dan Riset Manajemen*, *5*.

Rizal, F. (2012). Penerapan Teori Difusi Inovasi dalam Perubahan Sosial Budaya. *Hikmah*, *VI* (1), 130–140.

Sari, M., Basri, H., & Indriani, M. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kompetensi Aparatur dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Manajerial Pengelolaan Keuangan pada Satuan Kerja Perangkat Kabupaten Pemerintah Daerah Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Megister Akuntansi*, *6*(2), 77–84.

Sumarto, Subroto, A., & Arianto, A. (2011). Penggunaan Kartu Kredit Dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya Pada Risiko Gagal Bayar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *6*(1), 1–7. Retrieved from http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18385

Tampubolon, N. (2004). Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking).

Teo, T. (2011). *Technology Acceptance in Education: Research and issues*. Netherlands: Sense.

Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information System Research*, *11*(4), 342–365.

Wachira, E. (2016). The Effect of Technological innovation on The Financial Performance of Commercial Banks in Kenya. *International Journal of Finance and Accounting*, *1*(2), 61–76.

Wahyuni, L. (2002). *Pola Distribusi Keruangan ATM Perbankan di Perkotaan Yogyakarta*. Yogyakarta.

Wild, J. J., & Subramanyam, K. R. (2010). *Analisis Laporan Keuangan: Financial Statement Analysis* (10th ed.). Jakarta: salemba Empat.

Yessi, N. P. N. P., Rahayu, S. M., & Endang, M. G. W. (2015). Analisis Tingkat Kesehatan Bank dengan Menggunakan Pendekatan RGEC (Studi pada PT Bank Sinar Harapan Bali Periode 2010-2012. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004