

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola dan sistem pembayaran dalam kegiatan bertransaksi terus mengalami perubahan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Indonesia untuk membantu sistem pembayaran agar dapat berjalan dengan lancar adalah dengan meningkatkan sistem pembayaran non tunai. Langkah konkret yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) dalam rangka mendorong sistem pembayaran non tunai agar semakin meningkat yaitu melalui pencanangan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang secara resmi telah dilakukan pada Kamis, 14 Agustus 2014. Pencanangan tersebut dimaksudkan agar masyarakat dapat meningkatkan kesadarannya untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dengan mudah, aman dan efisien (BI, 2014).

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga akan berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. *Less cash society* adalah gaya hidup dalam bermasyarakat dengan menggunakan uang elektronik atau menggunakan *internet banking* sehingga tidak perlu membawa uang fisik. Selain dapat meningkatkan sistem pembayaran yang cepat, aman, dan efisien dalam mempercepat perputaran aktivitas ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, *less*

cash society juga dapat mencegah tindak pidana kriminal maupun tindak pidana pencucian uang (Otoritas Jasa Keuangan/OJK, 2015).

Pada perkembangannya, sistem pembayaran dilakukan dengan cara digital. Hal tersebut mendorong perbankan untuk memasuki suatu era bernama era digital. Era digital sangat membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan transaksi pembayaran setiap harinya. Dengan inovasi yang ada, terciptanya alat pembayaran digital yang lebih efisien dari uang tunai sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Penggunaan uang kartal saat ini memiliki kendala efisiensi karena biaya pengadaan dan pengelolaannya yang sangat mahal. Selain itu, dalam melakukan transaksi dengan jumlah yang besar akan mengundang risiko seperti pencurian, perampokan dan pemalsuan uang (BI, 2011).

Saat ini, inovasi teknologi dianggap sebagai salah satu alat paling penting yang dapat mempengaruhi sektor ekonomi dan sektor perbankan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran non tunai yang lebih cepat dan efisien dari biasanya sangat menjawab kebutuhan masyarakat. Melalui alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) berupa Kartu ATM, Kartu ATM/Debit dan Kartu Kredit. Kebutuhan masyarakat tersebut terjawab dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat. Kemajuan teknologi tersebut di dukung dengan munculnya era disrupsi yaitu terjadinya perubahan perilaku masyarakat yang *massif*, di mana masyarakat menghendaki kondisi yang serba praktis dan cepat. Bank tidak hanya melakukan inovasi melalui alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) berupa

kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit, melainkan dengan menggunakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Selain itu, inovasi keuangan yang dilakukan perbankan juga dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman. Tuntutan nasabah yang menginginkan layanan keuangan yang serba cepat dan praktis pun didengar oleh bank. Dengan mengadopsi internet sebagai pembantu dalam layanan nasabah, bank pun mengeluarkan produk *internet banking* sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat yang menghendaki kondisi yang serba praktis dan cepat.

Pertumbuhan internet di Indonesia juga mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Menurut Izza (2019) Kemajuan teknologi internet makin memudahkan kehidupan manusia. Tidak hanya untuk berbagi informasi, internet juga mulai digunakan untuk keperluan industri karena berbagai layanan untuk konsumen kini mulai lebih terkoneksi dengan Internet atau akrab disebut *Internet of Thing* (Kontan.id: 2019).



Sumber: katadata.com (2019)

Grafik 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet

Katadata 2019 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 adalah 95,2 juta, meningkat sebesar 13,3% dari 2017 di mana pada tahun tersebut pengguna internet sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna.

Pada era teknologi industri 4.0 ditandai dengan semakin meningkatnya penggunaan perangkat digital dalam pelayanan perbankan menjadikan masyarakat menginginkan adanya kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan. Sebagai contoh, kini masyarakat tidak lagi perlu antri di meja *teller* untuk mendapatkan pelayanan penyetoran atau penarikan uang tunai, karena sudah disediakan mesin ATM yang tersedia di banyak tempat sehingga nasabah bank dapat melakukan transaksi penyetoran dan penarikan uang tunai. Masyarakat juga dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan melalui *gadget* dengan sistem *mobile banking* yang aplikasinya dapat dengan mudah diunduh di *play store* atau dengan menggunakan *internet banking* yang bisa diakses melalui *website* bank.

Produk bank berbasis internet yaitu *internet banking* dan *mobile banking* memiliki fitur yang menyerupai mesin ATM agar dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. *Internet Banking* mengacu pada sistem yang memungkinkan pelanggan bank untuk mendapatkan akses ke akun mereka dan informasi umum tentang produk dan layanan bank melalui penggunaan situs/web bank, tanpa

campur tangan atau ketidaknyamanan mengirim surat, faks, tanda tangan asli dan konfirmasi telepon (Panida & Sunsern, 2012).

Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memberikan hasil terkait dengan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia. Hasil survey menyatakan bahwa pada tahun 2016 pengguna internet untuk *internet banking* mencapai 7,5%. Pada tahun 2018, pengguna internet untuk *internet banking* meningkat menjadi 17,04%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *internet banking* di Indonesia semakin meningkat setiap tahun karena nasabah yang melakukan kegiatan transaksi perbankan secara cepat dan praktis melalui *device*.

Penggunaan *internet banking* tersebut berpotensi meningkat sejalan dengan kecenderungan layanan bank mengarah pada digital banking. Hal ini dikarenakan antara lain layanan *e-banking* memiliki fitur yang menarik dan nyaman digunakan serta memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan seperti transfer antar-bank, pembayaran kartu kredit, pembayaran listrik, pembayaran telepon, pembayaran tagihan ponsel, pembayaran asuransi, pembayaran internet, pembayaran tiket penerbangan, dan *virtual account*. Selain itu semakin marak bisnis daring (*online shop*) serta pertumbuhan jenis dan jumlah *smartphone* telah memberikan andil dalam pertumbuhan transaksi melalui *internet banking*.

Pertumbuhan *internet banking* didukung oleh perkembangan teknologi, media sosial, dan pola hidup masyarakat. Bagi perbankan, manfaat yang ditimbulkan dari penerapan *internet banking* adalah menghasilkan pendapatan dari

fee-based income, mengurangi biaya transaksi, pengembangan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan atau loyalitas nasabah. Bagi OJK, perkembangan teknologi *internet banking* dapat membantu untuk mewujudkan “masyarakat *less cash society*”.

Bank cenderung menggunakan *internet banking* karena tiga faktor dasar seperti keunggulan biaya, profitabilitas tinggi dan risiko rendah. Studi menunjukkan investasi yang dilakukan oleh bank untuk menggunakan *internet banking* akan mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat jika adanya permintaan terhadap *internet banking*. Studi empiris di berbagai negara mengungkapkan bahwa *internet banking* dapat meningkatkan kinerja bank. *Internet banking* memberikan keuntungan yang signifikan bagi bank dan juga permintaan pelanggan telah memainkan peran yang sangat penting dalam penyebaran internet. Namun, hasil yang diharapkan belum diperoleh di beberapa negara yang kurang berkembang dan masih berkembang. Negara yang tergolong demikian memiliki investasi infrastruktur yang belum cukup dan pelanggan cenderung masih mengadopsi sistem tradisional dengan kantor cabang bank yang banyak tersebar (Akhisar, Tunay, Tunay 2015).

Berkembangnya layanan digitalisasi perbankan, bank mengalami fenomena penutupan kantor cabang. Penutupan kantor cabang tersebut diakibatkan oleh nasabah yang lebih melakukan transaksi secara digital dibandingkan datang ke kantor cabang (Kompas, 2019). Deputi Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Institute, Sukarela Batunangar mengatakan dengan semakin berkembangnya

teknologi, gaya hidup masyarakat berubah termasuk dalam hal akses dunia keuangan. Masyarakat mulai menginginkan kemudahan dalam bertransaksi. Terbukti dari pola transaksi yang belakangan ini lebih banyak melalui teknologi dan sekitar 1.000 kantor cabang tutup dalam 3 tahun terakhir. (Detik finance, 2019)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam statistik perbankan Indonesia (SPI) mencatat dari 113 bank total jumlah kantor bank hanya mencapai 31.577 kantor per April 2019. Posisi tersebut turun dari periode setahun sebelumnya yang mencapai 32.022 kantor. Bila dilihat lebih dalam lagi, penyusutan ini juga disebabkan oleh berkurangnya jumlah bank dari April 2018 yang sebanyak 115 bank. (Kontan.id)

Fenomena penutupan kantor cabang tersebut mendorong bank agar melakukan inovasi sehingga bank masih tetap bisa dijangkau oleh masyarakat. Hobe dan Alas (2016) menyatakan bahwa inovasi adalah salah satu pendorong utama profitabilitas bank dan pada abad ke 21 inovasi menjadi semakin menentukan dalam kinerja dan daya saing. Beccalli (2007) telah mengungkapkan bahwa investasi dalam teknologi informasi dan inovasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja sektor perbankan. Beberapa peneliti seperti Onay, Ozsoz, Helvacioğlu (2008) dan juga Romdhane (2013) menunjukkan bahwa investasi di *internet banking* dapat meningkatkan kinerja bank. Abaenewe et al (2013) dalam penelitiannya telah menunjukkan dampak positif dari anjungan tunai mandiri (ATM) dan terminal *point of sale* (POS) atau mesin EDC pada kinerja dan keunggulan kompetitif di sektor perbankan. Oleh karena itu, penggunaan inovasi teknologi, terkait erat dengan domain informasi dan komunikasi, adalah salah satu

faktor terpenting dalam menciptakan kinerja keuangan dan keunggulan kompetitif di sektor perbankan.

Kinerja keuangan adalah ukuran subyektif tentang seberapa baik perusahaan dapat menggunakan aset dari model bisnis utamanya dan menghasilkan pendapatan. Istilah ini juga digunakan sebagai ukuran umum kesehatan keuangan perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu. Kinerja keuangan biasanya diukur dengan menggunakan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Rhamadana, 2016).

Penilaian kinerja perbankan menjadi sangat penting dilakukan karena operasi perbankan sangat peka terhadap maju mundurnya perekonomian suatu negara. Inovasi teknologi yang diterapkan oleh bank dapat dinilai dari kinerja keuangan suatu bank. Kinerja keuangan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi kesehatan keuangan bank tersebut.

Kinerja keuangan suatu perusahaan berhubungan dengan bagaimana suatu bank mengelola sumber daya yang bank tersebut miliki sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Kinerja keuangan tidak terbatas tentang laba yang dihasilkan, tetapi berhubungan dengan efektivitas perusahaan dalam mengelola bisnisnya (Faisal, Samben, Pattisahusiwa, 2017).

Untuk menilai kinerja keuangan, *Return on Asset* dan *Return on Equity* sering digunakan untuk mengukur kinerja keuangan sebuah perusahaan. *Return on Asset* (ROA) merupakan kemampuan dari modal yang diinvestasikan ke dalam seluruh

aktiva perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. ROA menggunakan laba sebagai salah satu cara untuk menilai efektivitas dalam penggunaan aktiva perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula ROA, hal itu berarti bahwa perusahaan semakin efektif dalam penggunaan aktiva untuk menghasilkan keuntungan.

Return on Equity (ROE) mengukur return yang diperoleh dari investasi pemilik perusahaan dalam bisnis tersebut (Mawardi, 2005). *Return on Equity* adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, ROE ini menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan oleh para pemegang saham. ROE biasanya dinyatakan dengan persentase (Kho, 2017)

Penelitian yang dilaksanakan oleh Akhisar, Tunay, Necla Tunay (2015) dan juga penelitian yang dilaksanakan oleh Sujud & Hashem (2017) memberikan hasil yang berbeda tentang dampak yang ditimbulkan dari pengadopsian inovasi perbankan. Akhisar et al (2015) mengatakan bahwa hampir semua layanan perbankan yang dijadikan objek penelitian mempengaruhi profitabilitas. Namun, jumlah terminal POS atau mesin EDC dan jumlah pelanggan yang menggunakan layanan *internet banking* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sujud & Hashem (2017) mengatakan bahwa inovasi bank mempengaruhi kinerja keuangan bank komersial Lebanon. Khususnya, inovasi bank memengaruhi profitabilitas dan pengembalian

aset bank komersial secara positif. Dapat disimpulkan bahwa inovasi bank berpotensi menyebabkan profitabilitas yang lebih tinggi dan pengembalian aset bank komersial yang lebih tinggi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Inovasi Produk Perbankan Terhadap Profitabilitas Bank Yang Menerapkan *Internet Banking* Periode 2014-2020” dengan objek penelitiannya adalah perbankan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini berfokus pada variabel tertentu yang dapat mempengaruhi inovasi layanan perbankan terhadap kinerja bank yang menggunakan di Indonesia. Variabel independen yang digunakan adalah rasio jumlah ATM dan jumlah kantor cabang, jumlah peningkatan pengguna *internet banking*, jumlah peningkatan pengguna *mobile banking*, dan jumlah penyebaran mesin EDC yang akan dihubungkan dengan profitabilitas bank. Profitabilitas bank diukur dengan menggunakan *Return on Asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* karena penelitian terdahulu yang menggunakan variabel tersebut untuk mengukur kinerja sebuah bank.

Objek penelitian yang digunakan adalah Bank yang terdaftar di Bank Indonesia yang menyediakan informasi lengkap mengenai data yang dibutuhkan dalam kurun waktu 6 tahun terakhir (2014-2019)

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada. Identifikasi masalah yang pertama adalah pertumbuhan teknologi yang semakin pesat mendorong bank untuk melakukan inovasi pada layanan terhadap nasabahnya. Jika bank berinovasi dalam layanan terhadap nasabahnya, maka seharusnya profitabilitas bank meningkat dikarenakan inovasi tersebut membantu bank dalam menjalankan kegiatannya.

Selanjutnya, identifikasi masalah yang terdapat berdasarkan latar belakang di atas adalah ada beberapa hasil penelitian tentang dampak inovasi produk perbankan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang belum konsisten.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Inovasi ATM suatu bank ternyata dapat meningkatkan profitabilitas bank.
2. Penggunaan internet banking dapat meningkatkan profitabilitas bank.
3. Produk *mobile banking* pada suatu bank dapat meningkatkan profitabilitas bank.
4. Penyebaran mesin EDC di beberapa *merchant* dapat meningkatkan profitabilitas bank.

1.5 Pertanyaan Riset

Sesuai dengan penjelasan pada latar belakang di atas, maka pertanyaan riset yang timbul dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah jumlah ATM terhadap jumlah kantor cabang suatu bank dapat meningkatkan profitabilitas bank?
2. Apakah penerapan *internet banking* dapat meningkatkan profitabilitas bank?
3. Apakah *mobile banking* dapat meningkatkan profitabilitas bank?
4. Apakah penyebaran mesin EDC di berbagai *merchant* dapat meningkatkan profitabilitas bank?

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud. Peneliti membatasinya dengan pemilihan objek penelitian pada perbankan *go public* di Indonesia yang melakukan inovasi dalam layanan perbankan, menerapkan *internet banking* dan *mobile banking* sebagai fokus penelitian. Terdapat 6 bank sebagai objek penelitian ini yang memiliki data lengkap terkait jumlah ATM, jumlah kantor cabang, jumlah pengguna *internet banking* dan *mobile banking* serta jumlah penyebaran mesin EDC.

1.7 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh jumlah ATM terhadap kantor cabang yang disediakan bank dalam inovasinya terhadap profitabilitas bank
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *internet banking* terhadap profitabilitas bank
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap profitabilitas bank
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh penyebaran mesin EDC terhadap profitabilitas bank

1.8 Manfaat Penelitian

Dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi penelitian selanjutnya yang sejenis dalam lingkup yang lebih luas. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dan berguna bagi pihak akademik dan pembaca dan sesama mahasiswa yang tertarik melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan terkait mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari penerapan *internet banking* dan *mobile banking* bagi kinerja perusahaan bank. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai apakah inovasi layanan perbankan yang memengaruhi profitabilitas.

1.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang pemilihan topik Pengaruh Inovasi Layanan Perbankan Terhadap Profitabilitas. Latar belakang pemilihan topik ini didasari oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat dan tuntutan nasabah yang menginginkan pelayanan perbankan yang praktis dan efektif sehingga bank dituntut untuk berinovasi dalam meningkatkan pelayanannya kepada nasabah dan juga tetap mengumpulkan profit dari inovasi yang dilakukan. Beberapa penelitian yang memberikan hasil yang berbeda juga menjadi landasan dalam penelitian ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada bab II akan dijelaskan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan variabel inovasi produk perbankan dan profitabilitas yang akan dibahas dalam penelitian. Dalam bab II dijelaskan mengenai sejarah bank dan juga mengenai kinerja keuangan yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu profitabilitas. Selanjutnya pada bab II terdapat hasil penelitian terhadulu yang memiliki topik yang tidak jauh berbeda tetapi memiliki hasil yang juga tidak sama dalam 12 penelitian yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini serta menjelaskan tentang hipotesis-hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini seperti pengaruh *mobile banking* terhadap profitabilitas, pengaruh *internet banking* terhadap profitabilitas, pengaruh mesin EDC terhadap profitabilitas dan pengaruh ATM/*branch* terhadap profitabilitas.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, akan dijelaskan metode apa yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan juga menggunakan data panel. Objek penelitian adalah bank yang terdaftar di BEI dan periode penelitian yaitu 2014-2019. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda, di mana langkah-langkah dari analisis regresi linear yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis data panel, analisis

regresi berganda, *goodness of fit test*, dan terakhir yang dilakukan adalah uji hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan sampel bank yang akan digunakan untuk objek penelitian. Sampel bank yang digunakan adalah 6 bank yang memberikan data lengkap mengenai variabel yang digunakan pada penelitian ini. Bagian ini juga akan membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai topik inovasi layanan perbankan terhadap profitabilitas bank dan kemudian akan dibandingkan dengan hipotesis yang telah dibangun dalam penelitian ini serta akan dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merangkum seluruh bab yang telah dijelaskan sebelumnya dan juga hasil penelitian akan dirangkum menjadi beberapa pernyataan dan hasil perbandingan juga akan dijelaskan kembali secara ringkas. Pada bagian akhir ini, akan peneliti akan menuliskan saran yang diharapkan dapat berguna berbagai beberapa pihak, baik bagi pengguna hasil penelitian atau objek penelitian itu sendiri.