

Pengaruh Transaksi *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Fee Based Income* Terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Konvensional

Rizqi Safitri Zahira

UPN “Veteran” Jawa Timur
20013010273@student.upnjatim.ac.id

Oryza Tannar

UPN “Veteran” Jawa Timur
oryza.tannar.ak@upnjatim.ac.id

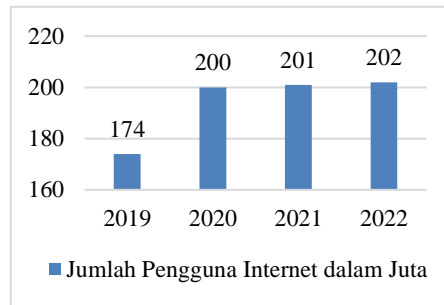
Abstract

This study aims to determine the effect of internet banking transactions, mobile banking transactions, and fee-based income on profitability at Conventional Commercial Banks in 2019-2022. This type of research uses a quantitative approach. In addition, the type and source of data is secondary data with sampling techniques using purposive sampling. The results of the sampling amounted to 60 annual reports from 15 conventional commercial banks listed on the IDX in 2019-2022 which were obtained through the official website of each bank and the Indonesia Stock Exchange website. The data collection technique uses the documentation method in the form of annual reports or annual reports and the data analysis uses the panel data regression equation. The results obtained by this study are (1) internet banking transactions have no effect on profitability (ROA) with a significance of $0.1536 > 0.05$, (2) mobile banking transactions also have no effect on profitability (ROA) with a significance of $0.3973 > 0.05$, (3) fee-based income has a significant negative effect on profitability (ROA) with a significance of $0.0086 < 0.05$.

Keywords: *Internet banking, Mobile banking, Fee based income, Profitability*

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membawa ke kehidupan yang telah dimudahkan dengan adanya teknologi yang serbah canggih. Seperti halnya internet yang merupakan bagian dari teknologi dengan pengguna yang terus meningkat. Terbukti pada laporan menurut We Are Social dalam Annur (2023) yang ditunjukkan pada Gambar 1, bahwa dari tahun 2019 hingga 2022 mengalami peningkatan pengguna internet oleh penduduk Indonesia.

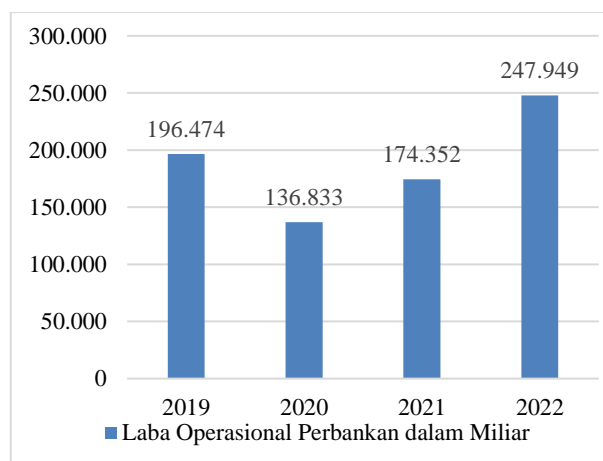


Sumber: We Are Social, Databoks.

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Pelaku bisnis dituntut untuk tanggap dalam menghadapi situasi saat ini dengan melakukan berbagai inovasi yang akhirnya menyebabkan persaingan ketat (Alfatihah & Sundari, 2021). Hal ini melahirkan industri baru di bidang ekonomi digital Indonesia, terutama di sektor perbankan. Perbankan berinovasi dengan mengintegrasikan teknologi internet ke dalam kegiatan usaha mereka untuk menarik calon nasabah dengan menyediakan akses yang lebih mudah melalui layanan seperti *digital banking*.

Bank adalah institusi keuangan yang memfasilitasi pergerakan dana dan berorientasi pada pencapaian laba di sektor ekonomi. Pertumbuhan laba operasional perbankan dari tahun 2019 hingga 2022, sebagaimana ditunjukkan oleh OJK dalam Statistik Perbankan Indonesia yang terlihat pada Gambar 2. Tercatat pada tahun 2020 terjadi penurunan laba menjadi Rp59.641.000.000.000 dibandingkan dengan tahun 2019. Namun, pada tahun 2021 laba operasional kembali meningkat sebesar Rp37.519.000.000.000.



Sumber: Statistika Perbankan Indonesia, OJK.

Gambar 2. Laba Operasional Perbankan

Bank ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan

menyalurkannya kembali ke masyarakat melalui pemberian pinjaman atau bentuk lain untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Undang-Undang Republik Indonesia, 1998). Oleh karena itu, bank memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan fungsinya, bank terbagi menjadi dua jenis, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Umum adalah lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas bisnis dengan pendekatan konvensional maupun mengikuti Prinsip Syariah (Undang-Undang Republik Indonesia, 1998). Di kalangan masyarakat, bank konvensional sering dianggap lebih unggul daripada bank syariah. Keadaan ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat luas tentang sistem yang diterapkan oleh bank syariah (Rahmadini, 2023).

Dalam menjalankan usahanya, perbankan harus memperhatikan kinerja keuangan melalui media laporan keuangan perusahaan. Kemudian dilakukan perhitungan rasio keuangan yang dipakai untuk dasar menilai tingkat pencapaian perusahaan yaitu dengan rasio profitabilitas. Alat ukur rasio profitabilitas yang menggambarkan seberapa efektif badan usaha dalam menghasilkan keuntungan adalah *return on asset* (ROA) (Aji & Manda, 2021). Rasio ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik karena *return* yang dihasilkan terus meningkat.

Namun, menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam Statistik Perbankan Indonesia perkembangan ROA perbankan di Indonesia mengalami fluktuasi seperti yang tercantum pada Tabel 1. Dalam tahun 2020 terdapat penurunan sebesar 0,88% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, pada saat 2021 dan 2022 ROA naik sebesar 0,26% dan 0,49%. Penurunan disebabkan adanya ketidakstabilan dan ketidakefektifan dalam pengelolaan aset bank, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan (Oktaviani et al., 2019).

Tabel 1. Perkembangan Return on assets Bank Umum Konvensional Periode Tahun 2019-2022

Tahun	Rasio ROA
2019	2,47%
2020	1,59%
2021	1,85%
2022	2,34%

Sumber: Statistika Perbankan Indonesia, OJK.

Adanya kondisi tersebut, perbankan dapat memanfaatkan layanan *digital banking* dalam upaya peningkatan profitabilitas. Layanan *digital banking* yang memudahkan masyarakat yaitu *electronic banking* (*e-banking*). *E-banking* dapat meliputi ATM (*Automated Teller Machine*),

Electronic Data Capture (EDC), internet banking, SMS banking, mobile banking, phone banking, dan video banking (Tyas & Purwanti, 2020).

Hasil penelitian Inventure Indonesia bersama Alvara Research Center mengemukakan bahwa pada tahun 2020, layanan digital banking yang lebih sering digunakan oleh responden adalah transaksi *internet banking* atau *mobile banking* (Bayu, 2020). Transaksi *e-banking* sebagai langkah dalam peningkatan kinerja untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Didukung oleh penelitian Mayasari et al., (2021) menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara transaksi *internet banking* dan transaksi *mobile banking* terhadap profitabilitas bank. Berbeda dengan penelitian Anastasia & Munari (2021) yang menemukan bahwa transaksi *internet banking* mempengaruhi profitabilitas (ROA), serta penelitian Syahputra & Suparno (2022) menemukan bahwa hasil layanan *mobile banking* tidak mempengaruhi kinerja keuangan bank (ROA).

Layanan *digital banking* ini merupakan salah satu jasa yang dapat menghasilkan imbalan selain pendapatan bunga kredit dari nasabah. Imbalan yang didapatkan dari luar pendapatan bunga kredit dapat disebut sebagai *fee based income*. Kontribusi pendapatan non-bunga merupakan langkah untuk mengatasi potensi penurunan pendapatan dari hasil bunga yang diperoleh dari pemberian kredit. Penurunan pendapatan bunga dengan otomatis akan berdampak pada laba bank. Pengelolaan yang baik akan mendorong pertumbuhan *fee-based income* dan meningkatkan profitabilitas bank (Suardana & Kustina, 2017). Seperti pada tahun 2019 terjadi penurunan laba bank, salah satunya dipicu oleh penurunan pendapatan bunga bersih (*Net Interest Income*) sebesar 8,31%, yaitu dari Rp 107,38 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp 98,46 triliun (Hastuti, 2020). Menurut penelitian Rafiqi & Ulfa (2022) *fee based income* mempengaruhi *return on assets* pada Bank Syariah Mandiri sebesar 10%. Penelitian serupa dilakukan oleh Sopian & Pramiudi (2021) bahwa *fee based income* tidak mempengaruhi ROA Bank BCA Bogor tahun 2011-2020.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya hasil yang tidak konsisten pada topik tersebut, sehingga diperlukan penelitian ulang untuk mengidentifikasi variabel yang memengaruhi profitabilitas. Kajian difokuskan pada bank umum konvensional selama periode 2019-2022, mengingat adanya fluktuasi profitabilitas dalam sektor perbankan. Bank umum konvensional, termasuk Bank BUMN dan Bank Swasta, memiliki peran signifikan karena banyak digunakan oleh masyarakat. Sebagai sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi, peningkatan kinerja bank menjadi hal yang krusial. Dengan latar belakang tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya kerangka penelitian, sehingga kontribusi penelitian dapat memberikan manfaat yang signifikan di bidang pendidikan.

Signaling theory atau bisa disebut dengan teori sinyal merupakan teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Pendapat Spence dalam Ghozali (2020) teori sinyal merupakan suatu konsep yang menjelaskan bahwa pihak pemberi sinyal memberikan kode berupa informasi tentang keadaan perusahaan yang sebenarnya kepada pihak penerima sinyal (pihak luar atau investor) agar termotivasi untuk melakukan investasi dan percaya bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dibandingkan dengan yang lain. Dari informasi yang tertuang dalam laporan keuangan atau *annual report* dapat digunakan pihak luar dalam mengambil keputusan. Seperti pada penelitian ini, pihak berkepentingan dapat memperoleh informasi perusahaan melalui laporan yang memuat transaksi *internet banking*, transaksi *mobile banking*, dan pendapatan non-bunga.

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi sebuah badan usaha dapat memperoleh keuntungan (Kasmir, 2021:198); (Kasmir, 2019). Bagi perusahaan, memperoleh laba merupakan tujuan utama. Laba memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan, meningkatkan kualitas produk, serta melakukan investasi dalam berbagai inovasi.

Internet banking adalah sistem layanan perbankan elektronik yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui PC atau komputer dengan menu dan informasi lengkap yang ditampilkan secara jelas di layar komputer (Basoeky et al., 2021); (Oktriwina, 2023). Bentuk transaksi *internet banking* bersifat virtual atau dapat dilakukan tanpa adanya pertemuan langsung antara pelanggan dan petugas bank terkait. Selain itu, dilakukan dengan menggunakan token yang aktif dari bank bersangkutan.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses melalui *smartphone* (Basoeky et al., 2021). Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah diharuskan untuk mengunduh aplikasi yang disediakan oleh bank terkait (Oktriwina, 2023). Layanan yang ditawarkan oleh *mobile banking* mencakup transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran (kartu kredit, telepon, listrik), dan pembelian (voucher isi ulang, PLN).

Berdasarkan landasan teori mengenai faktor yang mempengaruhi profitabilitas perbankan, maka memperoleh beberapa hipotesis sebagai berikut:

- H₁:** Transaksi *internet banking* berpengaruh terhadap profitabilitas pada Bank Umum Konvensional Tahun 2019-2022.
- H₂:** Transaksi *mobile banking* berpengaruh terhadap profitabilitas pada Bank Umum Konvensional Tahun 2019-2022.
- H₃:** *Fee based income* berpengaruh terhadap profitabilitas pada Bank Umum Konvensional Tahun 2019-2022.

B. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, sehingga masalah yang dihadapi oleh pendekatan kuantitatif harus didasarkan pada data, baik dari penelitian sendiri maupun dari hasil dokumentasi (Sugiyono, 2022:8). Hal ini sesuai target penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana transaksi *internet banking*, transaksi *mobile banking*, dan *fee based income* memengaruhi profitabilitas pada bank umum konvensional dari tahun 2019 hingga 2022.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini mengacu pada laporan tahunan dari Bank Umum Konvensional. tahun 2019-2022. Subjek penelitian ini adalah bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode yang sama.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala/ Ukuran
Transaksi <i>Internet banking</i> (X ₁)	Bentuk layanan perbankan elektronik yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi melalui PC atau komputer dilengkapi dengan menu dan informasi lengkap yang ditampilkan secara jelas di layar komputer	Jumlah Transaksi <i>Internet banking</i>	Rasio
Transaksi <i>Mobile banking</i> (X ₂)	Layanan perbankan yang bisa diakses melalui smartphone dengan memanfaatkan aplikasi yang dikeluarkan oleh bank terkait.	Jumlah Transaksi <i>Mobile banking</i>	Rasio
<i>Fee based income</i> (X ₃)	Pendapatan bank yang diperoleh selain dari pendapatan bunga kredit seperti pendapatan atas jasa-jasa lainnya yang telah disediakan oleh bank tersebut	FBI = $\frac{\text{Pendapatan non-bunga}}{\text{Pendapatan Operasional}}$	Rasio
Profitabilitas (Y)	Suatu rasio yang digunakan untuk mengevaluasi atau membandingkan efisiensi perusahaan dalam memperoleh keuntungan	ROA = $\frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Rata-rata Total Assets}}$	Rasio

Variabel	Definisi	Indikator	Skala/ Ukuran

Sumber: Data diolah

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2019-2022. Berdasarkan data melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) jumlah populasi bank umum konvensional sebanyak 43 bank. Dalam menentukan sampel, menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2022.
2. Bank umum konvensional yang memanfaatkan layanan *internet banking* dan *mobile banking* selama periode 2019 – 2022.
3. Bank umum konvensional yang menyampaikan laporan tahunan secara lengkap serta menunjukkan jumlah transaksi *internet banking* dan *mobile banking* selama tahun 2019 – 2022.

Berdasarkan kriteria diatas, daftar bank umum konvensional yang masuk dalam kriteria dan menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 bank dengan total sampel yang diperoleh untuk 4 periode adalah 60 sampel (15 bank x 4 tahun).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data sekunder didapatkan dari laporan tahunan bank umum konvensional melalui *website* resmi masing-masing bank, serta *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui teknik dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) melalui *website* resmi bank yang bersangkutan dan *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam jangka waktu 2019-2022.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, menggunakan metode analisis regresi data panel karena yang dianalisis terdiri dari data *time series* dan data *cross section*. Data *time series* yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2019 hingga tahun 2022, sedangkan data *cross section* yang digunakan yaitu Bank

Umum Konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk mempermudah analisis data, penelitian ini menggunakan alat bantu aplikasi Eviews 13. Dalam menentukan estimasi model regresi data panel dapat dilakukan dengan tiga pendekatan yaitu *Common effect model* (CEM), *Fixed effect model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil/Result

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data dengan cara memberikan deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan sesuai dengan kondisi aslinya. Berikut hasil statistik deskriptif dari variabel Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), *Fee based income* (X3), dan Profitabilitas/ROA (Y):

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0.006471	448000000	787000000	0.263264
Median	0.012791	7093115.	38200000	0.263629
Maximum	0.039488	4870000000	15200000000	0.721363
Minimum	-0.195839	2460.000	7299.000	0.035623
Std. Dev.	0.034176	1160000000	2480000000	0.142893
Observations	60	60	60	60

Sumber: Data Olahan Eviews 13 (2024)

Dari Tabel 3 dapat dijelaskan beberapa hal seperti dibawah ini:

- Transaksi *Internet banking* (X1), memiliki nilai minimum 2.460; nilai maksimum 4.870.000.000; rata-rata sebesar 448.000.000; dan standar deviasi 1.160.000.000 dengan total 60 observasi
- Transaksi *Mobile banking* (X2), memiliki nilai minimum 7.299; nilai maksimum 15.200.000.000; rata-rata sebesar 787.000.000; standar deviasi 2.480.000.000 dengan total 60 observasi.
- Fee based income* (X3), memiliki nilai minimum 0,035623; nilai maksimum 0,721363; rata-rata sebesar 0,263264; dan standar deviasi 0,142893 dengan total 60 observasi
- Profitabilitas/ROA (Y), memiliki nilai minimum -0.195839; nilai maksimum 0.039488, rata-rata sebesar 0.006471; dan standar deviasi 0.034176 dengan total 60 observasi

Uji Pemilihan Model

Model regresi data panel dapat diestimasi menggunakan tiga metode yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Dalam menentukan estimasi model regresi data panel tersebut dapat digunakan beberapa pengujian yaitu Uji *Chow*, Uji *Hausman* dan Uji *Lagrange Multiplier*. Berikut ini adalah hasil statistik dari pengestimasian model CEM, FEM, dan REM:

Tabel 4. Hasil Uji Pemilihan Model

Pengujian		Nilai	Membandingkan	Model Terbaik
Uji Chow	Prob. <i>Chi-Square</i>	0.0089 < 0.05	CEM dengan FEM	FEM
Uji Hausman	Prob. <i>Cross-section random</i>	0.0225 < 0.05	FEM dengan REM	FEM

Sumber: Data diolah

Berdasarkan kedua uji pemilihan model tersebut, diperoleh hasil bahwa model estimasi yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil dari kedua uji tersebut telah menjawab bahwa FEM adalah model terbaik yang digunakan pada penelitian ini. Oleh karena itu, Uji *Lagrange Multiplier* tidak diterapkan jika uji *Chow* dan uji *Hausman* menunjukkan bahwa model yang paling sesuai adalah *Fixed Effect Model* (Memahami Uji *Lagrange Multiplier* Dalam Software Pengolahan Data *Eviews*, 2021).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Jarque-Bera Test* atau uji *JB*.

Tabel 5. Uji Normalitas

Jarque-Bera	Probabilitas
2,913377	0,233007

Sumber: Data Olahan *Eviews* 13 (2024)

Hasil uji normalitas dengan *Jarque-Bera* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.2330 lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0.05. Dengan demikian, Uji *Jarque-Bera Test* menilai bahwa data telah berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas data.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali & Ratmono, 2017). Pada penelitian ini, untuk mendekteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1	0.81376	0.026127
X2	0.81376	1	0.034285
X3	0.026127	0.034285	1

Sumber: Data Olahan Eviews 13 (2024)

Dari data diatas dapat terlihat nilai korelasi antar variabel independent Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), dan *Fee based income* (X3). Koefisien korelasi X1 dan X2 sebesar 0,81376, artinya $< 0,85$; koefisien korelasi X1 dan X3 sebesar 0.026127, artinya $< 0,85$; dan koefien korelasi X2 dan X3 sebesar 0.034285 artinya $< 0,85$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Tabel 7. Uji heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.006941	0.003200	2.168848	0.0358
X1	5.83E-12	3.73E-12	1.560660	0.1261
X2	-1.26E-12	1.14E-12	-1.100827	0.2772
X3	0.001679	0.010847	0.154791	0.8777

Sumber: Data Olahan Eviews 13 (2024)

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), *Fee based income* (X3) memiliki nilai probabilitas masing-masing sebesar 0,1261; 0,2772; dan 0,8777 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan dalam hubungan antara variabel Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), *Fee based income* (X3) terhadap Profitabilitas/ROA (Y) tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menilai apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (DW-Test).

Tabel 8. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	Prob.
	2,2262

Sumber: Data Olahan Eviews 13 (2024)

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yaitu nilai DW sebesar 2,2262. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel pada signifikansi 5%, jumlah sampel (N) adalah 60 dan jumlah variabel independen 3 (K=3), sehingga dapat diketahui $dL = 1,4797$; $dU = 1,6889$; dan $4-dU = 4-1,6889 = 2,3111$. Dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian autokorelasi menggunakan Durbin-Watson adalah $1,6889 < 2,2262 < 2,3111$, sehingga dalam model regresi ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi positif dan negatif.

Uji Regresi Data Panel

Analisis Regresi Data Panel digunakan untuk menguji hipotesis antara variabel Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), *Fee based income* (X3) terhadap Profitabilitas/ROA (Y). Berdasarkan estimasi regresi Data Panel dengan menggunakan program Eviews 13, maka diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini :

Tabel 8. Uji Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.024023	0.006334	3.792607	0.0005
X1_INTERNET_B ANKING	-1.07E-11	7.39E-12	-1.453264	0.1536
X2_MOBILE_BAN KING	1.94E-12	2.27E-12	0.855246	0.3973
X3_FBI	-0.059189	0.021469	-2.756944	0.0086
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.513272	Mean dependent var	0.005148	
Adjusted R-squared	0.316262	S.D. dependent var	0.015923	
S.E. of regression	0.013166	Akaike info criterion	-5.578960	

Sum squared resid	0.007281	Schwarz criterion	-4.950656
Log likelihood	185.3688	Hannan-Quinn criter.	-5.333196
F-statistic	2.605319	Durbin-Watson stat	2.226256
Prob(F-statistic)	0.005951		

Sumber: Data Olahan Eviews 13 (2024)

Dapat diketahui model persamaan regresi yang diperoleh pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 0,024023 + (-1.07E-11) X1 + 1.94E-12 X2 + (-0,059189) X3$$

Keterangan :

Y = Profitabilitas (ROA)

X1 = Transaksi *Internet banking*

X2 = Transaksi *Mobile banking*

X3 = *Fee based income*

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besaran nilai *Adjusted R-Square* pada Tabel 8 menunjukkan bahwa pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah sebesar 0,3163. Hal tersebut menunjukkan bahwa Profitabilitas/ROA (Y) dipengaruhi oleh Transaksi *Internet banking* (X1), Transaksi *Mobile banking* (X2), *Fee based income* (X3) sebesar 31,63% . Sementara 68,37 % lainnya merupakan pengaruh yang berasal dari variabel lain yang bukan variabel penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan persamaan yang diperoleh pada Tabel 8, mempunyai hasil sebagai berikut:

- Variabel Transaksi *Internet banking* (X1) memiliki hasil uji t hitung < t tabel (-1,453264 < -2,00324) dan signifikan 0,1536 lebih besar dari 0,05, sehingga diperoleh kesimpulan Transaksi *Internet banking* (X1) tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas (Y)
- Variabel Transaksi *Mobile banking* (X2) memiliki hasil uji t hitung < t tabel (0,855246 < 2,00324) dan signifikan 0,3973 lebih besar dari 0,05, sehingga diperoleh kesimpulan Transaksi *Mobile banking* (X2) tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas/ROA (Y)
- Variabel *Fee based income* (X3) memiliki hasil uji t hitung > t tabel (-2,756944 > -2,00324) dan signifikan 0,0086 lebih kecil dari 0,05 sehingga diperoleh kesimpulan *Fee based income* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas/ROA (Y) dengan arah pengaruh negatif.

Uji Kecocokan Model (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 8 nilai Prob. F-Statistic adalah 0,006 yang lebih

kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel independen Transaksi Internet banking (X1), Transaksi Mobile banking (X2), dan Fee based income (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas/ROA (Y).

Pembahasan

Pengaruh Transaksi *Internet banking* Terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi *internet banking* tidak memengaruhi profitabilitas bank umum konvensional selama periode 2019-2022. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa transaksi internet banking tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas bank umum konvensional yang diukur melalui Return on Assets (ROA) selama periode 2019–2022, dapat dilakukan analisis mendalam dengan merujuk pada berbagai landasan teori dan konsep manajemen keuangan serta perbankan. Secara teoritis, layanan perbankan berbasis teknologi seperti internet banking dikembangkan dengan tujuan utama meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan layanan, serta memberikan nilai tambah yang pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan keuntungan bank (Kotler & Armstrong, 2021). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan realitas yang berbeda, di mana keberadaan layanan tersebut belum memberikan dampak positif secara langsung terhadap tingkat keuntungan perusahaan. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep biaya dan manfaat (*cost-benefit analysis*) yang dikemukakan dalam teori ekonomi manajerial. Menurut Brigham dan Houston (2019), setiap investasi atau pengembangan fasilitas baru memerlukan pengeluaran modal awal yang besar serta biaya pemeliharaan berkelanjutan. Dalam konteks ini, biaya yang harus dikeluarkan oleh bank untuk membangun infrastruktur teknologi, menjaga keamanan sistem, serta pemeliharaan rutin ternyata masih lebih besar dibandingkan dengan pendapatan tambahan yang diperoleh dari penggunaan layanan tersebut. Hal ini menyebabkan kontribusi layanan internet banking terhadap keuntungan bersih menjadi belum terasa atau tergerus oleh beban biaya yang ada.

Selain faktor biaya, dinamika persaingan dalam industri perbankan juga menjadi penjelasan teoritis yang kuat. Berdasarkan teori struktur perilaku kinerja (*Structure-Conduct-Performance/SCP*) dari Bain dan Mason, struktur pasar yang memiliki persaingan sangat ketat akan mengurangi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di atas rata-rata. Di pasar perbankan Indonesia, hampir seluruh bank besar maupun kecil berlomba-lomba menyediakan fasilitas internet banking sebagai standar layanan dasar. Akibatnya, layanan ini tidak lagi menjadi keunggulan kompetitif yang unik atau pembeda, melainkan menjadi syarat mutlak yang harus dimiliki. Karena semua bank menyediakan layanan serupa, maka tidak ada satu pun bank yang mendapatkan keuntungan lebih besar hanya karena memiliki fasilitas tersebut, melainkan justru terbebani oleh

biaya penyediaan layanan yang sama dengan pesaingnya (Porter, 2020). Hal ini sejalan dengan pandangan Choudhury (2018) yang menyatakan bahwa ketika teknologi menjadi komoditas umum di industri, dampaknya terhadap keuntungan individu perusahaan menjadi minim atau tidak signifikan.

Faktor kontekstual berupa kondisi ekonomi makro juga memiliki peran penjelas yang sangat penting, terutama mengingat periode penelitian mencakup tahun 2019 hingga 2022 yang bertepatan dengan pandemi COVID-19. Menurut teori siklus ekonomi dan manajemen risiko perbankan, kinerja keuangan bank sangat sensitif terhadap kondisi ekonomi nasional dan global (Saunders & Cornett, 2021). Saat ekonomi mengalami tekanan, daya beli masyarakat menurun, aktivitas bisnis melambat, dan risiko kredit macet meningkat. Dalam situasi seperti ini, penurunan profitabilitas bank lebih banyak didorong oleh faktor eksternal makro tersebut dibandingkan oleh efektivitas layanan atau produk tertentu. Kontribusi dari layanan internet banking menjadi tidak terlihat atau tidak berpengaruh karena kinerja keseluruhan bank justru tertekan oleh faktor-faktor lain yang lebih dominan dan negatif. Hal ini menegaskan pandangan bahwa profitabilitas bank tidak hanya ditentukan oleh inovasi layanan, tetapi sangat dipengaruhi oleh lingkungan ekonomi tempat bank beroperasi.

Secara khusus, penerapan Teori Sinyal (Signaling Theory) dalam penelitian ini memberikan perspektif tambahan mengenai implikasi hasil tersebut. Teori ini, yang dikembangkan pertama kali oleh Spence (1973) dan kemudian banyak diterapkan dalam studi keuangan oleh Brigham dan Houston (2019), menjelaskan bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan, seperti laporan tahunan dan kinerja keuangan, berfungsi sebagai sinyal bagi pihak eksternal, khususnya investor, untuk mengambil keputusan. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa informasi mengenai kondisi di mana layanan teknologi belum mampu meningkatkan keuntungan memberikan sinyal negatif. Menurut konsep ini, ketidakmampuan inovasi layanan untuk menghasilkan keuntungan dapat ditafsirkan oleh pasar sebagai indikasi bahwa perusahaan belum mampu mengelola aset dan investasinya secara efektif, atau bahwa prospek pertumbuhan masa depan kurang menjanjikan. Akibatnya, respon investor cenderung berupa penundaan, pengurangan, atau pembatalan rencana investasi karena kekhawatiran terhadap stabilitas dan kelanjutan usaha bank tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Scott (2019) yang menyatakan bahwa sinyal negatif dari kinerja keuangan dapat mempengaruhi persepsi risiko dan nilai perusahaan di mata pasar modal.

Grand Teori yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini adalah Teori Manajemen Keuangan dan Teori Pemasaran Jasa, yang kemudian diperkuat dengan Teori Sinyal sebagai kerangka analisis hubungan informasi dan keputusan pasar. Secara hierarkis, Teori Manajemen

Keuangan menempatkan pengelolaan aset, investasi, dan pencapaian profitabilitas sebagai tujuan utama perusahaan (Brigham & Houston, 2019). Di bawah payung ini, terdapat teori biaya-manfaat yang menjadi dasar analisis mengapa investasi pada teknologi belum memberikan hasil yang diharapkan. Selanjutnya, Teori Pemasaran Jasa menjelaskan peran layanan berbasis teknologi sebagai strategi diferensiasi dan peningkatan kualitas layanan, namun juga menegaskan bahwa nilai strategis tersebut bergantung pada struktur pasar dan persaingan (Kotler & Armstrong, 2021). Teori Sinyal berperan sebagai jembatan yang menghubungkan hasil kinerja internal bank dengan persepsi dan reaksi pihak eksternal atau investor. Selain itu, secara makro, analisis ini juga didukung oleh Teori Ekonomi Makro dan Risiko Sistematis yang menjelaskan bagaimana kondisi lingkungan luar mempengaruhi kinerja industri keuangan secara keseluruhan (Saunders & Cornett, 2021). Keseluruhan teori ini saling terintegrasi untuk menjelaskan bahwa hubungan antara layanan teknologi dan keuntungan bukanlah hubungan linier sederhana, melainkan hubungan yang kompleks yang dipengaruhi oleh efisiensi biaya, struktur persaingan, kondisi ekonomi, dan persepsi pasar.

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan berbagai penelitian terdahulu, baik yang memiliki kesamaan hasil maupun yang berbeda. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung temuan Anastasia dan Munari (2021), yang dalam penelitiannya juga menyimpulkan bahwa transaksi internet banking tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas bank yang diukur dengan Return on Assets. Kedua penelitian ini sama-sama berargumen bahwa tingginya biaya investasi dan pemeliharaan teknologi serta persaingan yang ketat menjadi alasan utama mengapa dampak positif terhadap keuntungan belum tercapai. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Septiani dan Widayawati (2020) yang menemukan bahwa adopsi teknologi informasi pada tahap awal justru menurunkan tingkat keuntungan karena beban biaya yang besar, dan dampak positif baru terlihat dalam jangka panjang.

Di sisi lain, hasil penelitian ini berbeda dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari et al. (2021) serta Syahputra dan Suparno (2022). Kedua penelitian tersebut justru menemukan bahwa transaksi internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Return on Assets bank. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan melalui perbedaan periode penelitian dan karakteristik sampel. Penelitian Mayasari et al. (2021) dilakukan pada periode sebelum pandemi atau kondisi ekonomi yang lebih stabil, di mana faktor eksternal tidak menekan kinerja bank secara drastis, sehingga kontribusi pendapatan dari layanan teknologi lebih mudah terdeteksi dan berpengaruh. Sementara itu, Syahputra dan Suparno (2022) mungkin meneliti bank-bank tertentu yang memiliki pangsa pasar sangat besar atau kemampuan manajemen biaya yang jauh lebih efisien dibandingkan rata-rata bank umum, sehingga manfaat layanan mampu melampaui biayanya.

Perbedaan ini juga menegaskan pendapat Berger dan DeYoung (2019) bahwa dampak teknologi terhadap kinerja bank sangat bergantung pada skala ekonomi, efisiensi operasional, dan kondisi lingkungan tempat bank beroperasi. Secara sintesa, penelitian ini memperkaya literatur yang ada dengan memberikan bukti empiris bahwa dalam kondisi persaingan ketat dan guncangan ekonomi makro, peran teknologi dalam meningkatkan keuntungan menjadi terhambat atau tidak signifikan, berbeda dengan kondisi ekonomi normal di mana dampak positif lebih mudah tercapai.

Pengaruh Transaksi *Mobile banking* Terhadap Profitabilitas

Transaksi *mobile banking* tidak memengaruhi profitabilitas bank umum konvensional selama periode 2019-2022. Hal ini sejalan dengan penelitian Syahputra & Suparno (2022) yang menyatakan bahwa transaksi *mobile banking* tidak berdampak pada kinerja keuangan bank yang diukur dengan ROA. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Mayasari et al., (2021) dan Anastasia & Munari (2021) yang menyatakan bahwa transaksi *mobile banking* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi *mobile banking* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas bank umum konvensional yang diukur melalui Return on Assets (ROA) selama periode tahun 2019 hingga 2022. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenaikan maupun penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui layanan perbankan seluler tidak memberikan dampak signifikan terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh bank. Secara mendalam, kondisi ini dapat dijelaskan melalui perspektif analisis biaya dan manfaat (*cost-benefit analysis*) yang dikemukakan dalam teori manajemen keuangan. Menurut Brigham dan Houston (2019), setiap investasi yang dilakukan perusahaan, khususnya yang bersifat jangka panjang dan berbasis teknologi, memerlukan pengeluaran modal awal yang sangat besar serta biaya operasional dan pemeliharaan yang berkelanjutan. Dalam konteks *mobile banking*, bank harus menanggung biaya pengembangan aplikasi, pembelian perangkat keras dan lunak, biaya lisensi, serta biaya pemeliharaan sistem keamanan siber yang terus meningkat seiring tingginya risiko ancaman digital. Besarnya beban biaya ini ternyata belum dapat diimbangi oleh pertumbuhan pendapatan tambahan yang diperoleh dari layanan tersebut, sehingga kontribusinya terhadap laba bersih menjadi tidak terasa atau tergerus habis oleh pengeluaran yang ada. Hal ini sejalan dengan pendapat Choudhury (2018) yang menyatakan bahwa dampak teknologi terhadap keuntungan seringkali bersifat tertunda; pada tahap awal penerapan, teknologi justru menjadi beban biaya, dan manfaat ekonomi baru terlihat setelah tingkat adopsi mencapai skala ekonomi tertentu.

Alasan kedua yang memperkuat analisis ini adalah tingkat pemanfaatan layanan yang belum optimal dari sisi nasabah. Berdasarkan teori penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), keberhasilan suatu sistem teknologi sangat bergantung pada persepsi kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan oleh penggunanya. Meskipun fasilitas mobile banking telah tersedia, realitas di lapangan menunjukkan bahwa belum seluruh nasabah memanfaatkannya untuk transaksi bernilai besar atau transaksi yang menghasilkan pendapatan jasa bagi bank. Sebagian besar penggunaan masih terbatas pada fitur dasar seperti pengecekan saldo atau transfer antar rekening, yang seringkali dibebaskan dari biaya administrasi sebagai strategi promosi bank. Akibatnya, volume transaksi memang meningkat, namun nilai ekonomi yang dihasilkan per transaksi sangat kecil, sehingga tidak cukup untuk mempengaruhi profitabilitas secara signifikan.

Faktor ketiga yang menjadi penjelas utama adalah kondisi lingkungan makroekonomi yang sangat sulit selama periode penelitian, yaitu terjadinya pandemi COVID-19. Menurut teori siklus ekonomi dan manajemen risiko perbankan (Saunders & Cornett, 2021), kinerja keuangan lembaga keuangan sangat sensitif terhadap perubahan kondisi ekonomi nasional. Pada masa pandemi, daya beli masyarakat mengalami penurunan drastis, aktivitas ekonomi melambat, dan banyak sektor usaha mengalami kesulitan likuiditas. Meskipun penggunaan aplikasi perbankan meningkat karena kebijakan pembatasan sosial, transaksi yang terjadi mayoritas bersifat untuk memenuhi kebutuhan mendasar atau penarikan dana, bukan transaksi investasi, penempatan dana, atau penggunaan fasilitas kredit yang sebenarnya menjadi sumber utama pendapatan bank. Dalam situasi di mana pendapatan utama bank (seperti pendapatan bunga) tertekan berat akibat krisis ekonomi, maka kontribusi dari layanan tambahan seperti mobile banking menjadi tidak berarti dan tidak mampu menahan penurunan profitabilitas yang disebabkan oleh faktor eksternal yang lebih dominan tersebut.

Penerapan Teori Sinyal (Signaling Theory) dalam penelitian ini memberikan implikasi penting terkait persepsi pasar. Teori yang dikemukakan pertama kali oleh Spence (1973) dan diaplikasikan dalam keuangan oleh Brigham dan Houston (2019) ini menjelaskan bahwa informasi yang dipublikasikan perusahaan melalui laporan tahunan atau laporan keuangan berfungsi sebagai sinyal bagi pihak eksternal untuk menilai kualitas dan prospek perusahaan. Dalam penelitian ini, hasil yang menunjukkan bahwa investasi besar pada layanan digital tidak mampu meningkatkan keuntungan justru memberikan sinyal negatif atau buruk bagi pasar. Menurut konsep ini, ketidakmampuan mengubah investasi teknologi menjadi keuntungan nyata dapat ditafsirkan oleh investor, nasabah, maupun kreditur sebagai indikasi adanya ketidakefisienan manajemen atau ketidaksiapan perusahaan dalam beradaptasi secara ekonomi. Akibatnya, respon yang muncul dari

pihak luar berupa penundaan rencana investasi, penarikan dana, atau beralih ke layanan lembaga keuangan lain yang dinilai lebih efektif dan stabil. Jika kondisi ini berlanjut, sinyal buruk tersebut dapat menurunkan kepercayaan publik dan memperburuk posisi keuangan serta operasional bank di masa mendatang (Scott, 2019).

Teori Pemasaran Jasa (Kotler & Armstrong, 2021) yang menjelaskan peran teknologi sebagai elemen produk dan layanan, namun juga menegaskan bahwa keunggulan bersaing hanya tercapai jika layanan tersebut memberikan nilai tambah ekonomi, bukan sekadar keberadaannya saja. Ketiga, Teori Penerimaan Teknologi yang menjelaskan perilaku nasabah dalam menggunakan layanan. Terakhir, Teori Sinyal berperan sebagai jembatan analisis antara kinerja internal dengan reaksi pasar eksternal. Secara integratif, kerangka teori ini menjelaskan bahwa hubungan antara teknologi dan profitabilitas bukanlah linier, melainkan dipengaruhi oleh efisiensi biaya, perilaku pengguna, dan kondisi ekonomi makro.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan berbagai penelitian terdahulu yang memperkaya diskusi ilmiah di bidang ini. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung temuan Syahputra dan Suparno (2022), yang juga menyimpulkan bahwa transaksi mobile banking tidak berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan bank yang diukur dengan ROA. Kedua penelitian ini sama-sama berargumen bahwa tingginya biaya implementasi dan pemeliharaan sistem, serta fakta bahwa layanan digital telah menjadi standar industri (bukan lagi pembeda keunggulan), menjadi alasan utama mengapa dampak positif terhadap keuntungan belum tercapai. Hasil ini juga selaras dengan pandangan Berger dan DeYoung (2019) yang menyatakan bahwa dampak teknologi terhadap kinerja bank sangat bergantung pada skala usaha; bagi bank yang belum mencapai skala ekonomi tertentu, teknologi justru menambah beban biaya.

Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dan tidak sejalan dengan temuan Mayasari et al. (2021) serta Anastasia dan Munari (2021). Kedua penelitian tersebut menyimpulkan bahwa transaksi mobile banking secara parsial berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan melalui perbedaan periode penelitian dan kondisi objek yang diteliti. Penelitian Mayasari et al. (2021) dan Anastasia dan Munari (2021) kemungkinan besar dilakukan pada periode sebelum pandemi COVID-19 atau pada kondisi ekonomi yang lebih stabil dan bertumbuh. Pada kondisi ekonomi normal, daya beli masyarakat tinggi, aktivitas ekonomi lancar, dan penggunaan layanan perbankan digital lebih banyak berorientasi pada transaksi produktif dan investasi yang menghasilkan pendapatan bunga atau jasa yang besar. Selain itu, perbedaan sampel penelitian juga menjadi faktor, di mana penelitian terdahulu mungkin meneliti bank-bank besar dengan pangsa pasar luas yang telah mencapai efisiensi biaya, berbeda dengan rata-rata bank umum konvensional yang

menjadi objek dalam penelitian ini. Perbedaan ini menegaskan bahwa pengaruh teknologi terhadap keuntungan sangat bergantung pada konteks ekonomi makro dan tingkat kematangan pasar saat penelitian dilakukan.

Pengaruh *Fee based income* Terhadap Profitabilitas

Fee based income berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank umum konvensional selama periode 2019-2022. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Monika et al., (2022); Rafiqi & Ulfa (2022); Bintari et al., (2019) dan bahwa *fee based income* berpengaruh terhadap ROA. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sopian & Pramiudi (2021) bahwa *fee based income* tidak berpengaruh terhadap ROA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan jasa atau *fee based income* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas bank umum konvensional yang diukur menggunakan Return on Assets (ROA) selama periode tahun 2019 hingga 2022. Temuan ini mengartikan adanya hubungan terbalik antara kedua variabel tersebut, di mana peningkatan jumlah pendapatan dari layanan non-bunga justru diikuti oleh penurunan tingkat keuntungan yang diperoleh bank. Secara mendalam, kondisi ini dapat dijelaskan menggunakan perspektif teori struktur perilaku kinerja (Structure-Conduct-Performance) dan analisis ekonomi industri. Menurut pendapat Bain dalam Ferguson dan Ferguson (2018), intensitas persaingan di pasar sangat menentukan tingkat keuntungan yang dapat diraih oleh pelaku usaha. Dalam industri perbankan Indonesia, persaingan untuk menawarkan produk dan layanan jasa seperti transfer, kliring, inkaso, layanan kartu, dan manajemen dana terasa sangat ketat. Untuk menarik minat nasabah dan memperbesar pangsa pasar, banyak bank yang menerapkan strategi penurunan tarif atau bahkan membebaskan biaya layanan tertentu. Akibatnya, meskipun volume transaksi dan jumlah pendapatan jasa secara nominal meningkat, margin keuntungan yang diperoleh per transaksi menjadi sangat tipis atau bahkan tidak ada. Hal ini sejalan dengan pendapat Ahmed (2020) yang menyatakan bahwa ketika produk jasa keuangan menjadi komoditas umum yang ditawarkan oleh hampir seluruh bank, maka kekuatan pasar untuk menentukan harga menjadi hilang, sehingga peningkatan pendapatan bruto tidak lagi berbanding lurus dengan peningkatan laba bersih.

Analisis lebih lanjut berdasarkan teori portofolio pendapatan perbankan mengungkapkan bahwa penyebab pengaruh negatif ini juga bersumber dari faktor manajemen internal dan strategi bisnis bank. Menurut Saunders dan Cornett (2021), diversifikasi pendapatan melalui *fee based income* seharusnya menjadi penyeimbang risiko dan penambah keuntungan, namun hal ini hanya dapat tercapai jika manajemen mampu mengelola sumber daya dan biaya secara efisien. Dalam konteks penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar bank umum konvensional masih

menempatkan pendapatan bunga dari penyaluran kredit sebagai tulang punggung utama usaha. Akibatnya, alokasi sumber daya, teknologi, dan pemasaran lebih banyak ditujukan untuk mendukung kegiatan perkreditan. Pengembangan layanan jasa justru berfungsi sebagai pendukung atau pelengkap produk utama, bukan sebagai bisnis inti yang dioptimalkan sepenuhnya. Hal ini menyebabkan biaya operasional yang dikeluarkan untuk menyediakan layanan jasa tersebut, seperti biaya pemeliharaan sistem, tenaga kerja, dan promosi, ternyata lebih besar dibandingkan kontribusi pendapatan bersih yang dihasilkannya. Brigham dan Houston (2019) menegaskan bahwa penambahan lini usaha atau sumber pendapatan baru akan memberikan dampak negatif terhadap profitabilitas jika biaya investasi dan operasionalnya belum dapat ditutup oleh pendapatan tambahan yang diperoleh, terutama pada tahap pengembangan awal atau ketika skala ekonomi belum tercapai. Selain itu, periode penelitian yang bertepatan dengan pandemi COVID-19 juga menjadi faktor pemberat, di mana aktivitas ekonomi masyarakat melambat sehingga volume transaksi jasa menurun, sementara biaya tetap operasional bank tetap harus dikeluarkan.

Penerapan Teori Sinyal (Signaling Theory) dalam penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai bagaimana kinerja pendapatan jasa dipandang oleh pihak eksternal. Berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Spence (1973) dan diaplikasikan dalam akuntansi keuangan oleh Scott (2019), informasi yang disajikan dalam laporan keuangan berfungsi sebagai alat komunikasi dan sinyal mengenai kualitas perusahaan. Meskipun hasil penelitian menunjukkan dampak negatif terhadap keuntungan, namun keberadaan dan kestabilan fee based income tetap memiliki nilai sinyal yang positif. Pendapatan yang bersumber dari layanan jasa umumnya lebih stabil dan tidak terlalu sensitif terhadap perubahan suku bunga pasar dibandingkan pendapatan bunga. Oleh karena itu, apabila bank mampu menjaga stabilitas dan pertumbuhan pendapatan ini secara konsisten, hal tersebut memberikan sinyal kepada investor, nasabah, dan regulator bahwa bank memiliki struktur pendapatan yang terdiversifikasi, tidak bergantung pada satu sumber saja, serta memiliki kemampuan inovasi produk yang baik. Sinyal positif ini akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, memperkuat posisi tawar bank di pasar, dan menciptakan persepsi kesehatan finansial yang lebih kuat meskipun dampak langsung terhadap laba bersih belum terlihat secara signifikan atau justru tertekan oleh faktor biaya jangka pendek. Hal ini selaras dengan pandangan Utami dan Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa pasar menilai diversifikasi pendapatan sebagai indikasi ketahanan usaha jangka panjang, terlepas dari fluktuasi laba jangka pendek.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung temuan dari Monika et al. (2022), Rafiqi dan Ulfa (2022), serta Bintari et al. (2019). Penelitian-penelitian tersebut sama-

sama menyimpulkan bahwa fee based income memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA, dan secara spesifik dalam konteks penelitian ini, arah hubungannya bersifat negatif. Kesamaan hasil ini didasari oleh alasan yang serupa, yaitu tingginya biaya operasional yang harus dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan jasa, persaingan harga yang ketat yang menekan margin keuntungan, serta fakta bahwa pendapatan bunga masih menjadi penyumbang terbesar laba bank, sehingga peningkatan pendapatan lain-lain belum mampu menutupi biaya atau bahkan menggerus efisiensi. Penelitian-penelitian ini sepakat bahwa diversifikasi pendapatan di sektor perbankan Indonesia masih berada pada tahap di mana biaya transisi dan pengembangan masih lebih besar dibandingkan manfaat ekonomis yang diterima.

Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dan tidak sejalan dengan temuan Sopian dan Pramiudi (2021) yang menyatakan bahwa fee based income tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Perbedaan hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui perbedaan objek, periode pengamatan, maupun metode analisis yang digunakan. Kemungkinan besar, penelitian Sopian dan Pramiudi (2021) dilakukan pada periode ekonomi yang lebih stabil di mana fluktuasi biaya tidak terlalu tajam, atau dilakukan pada sampel bank-bank besar yang telah memiliki efisiensi operasional yang sangat baik sehingga dampak pendapatan jasa menjadi netral atau tidak signifikan terhadap perubahan laba. Selain itu, perbedaan ini juga menegaskan pendapat Berger et al. (2020) yang menyatakan bahwa dampak pendapatan non-bunga terhadap kinerja bank bersifat bergantung pada kondisi kontekstual, seperti tingkat persaingan pasar, regulasi perbankan, dan siklus ekonomi makro. Di masa krisis ekonomi seperti pandemi COVID-19, hubungan antara diversifikasi pendapatan dan keuntungan menjadi lebih sensitif dan cenderung negatif karena risiko operasional dan kredit meningkat, berbeda dengan kondisi ekonomi normal di mana pengaruhnya mungkin tidak signifikan atau justru positif.

D. SIMPULAN

Kesimpulan

Dari analisis data dan pengujian hipotesis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Transaksi *internet banking* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA) bank umum konvensional tahun 2019-2022. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan transaksi *internet banking* belum memberikan kontribusi nyata terhadap profitabilitas bank. Transaksi *mobile banking* juga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA) bank umum konvensional tahun 2019-2022. Serupa dengan layanan *internet banking*, peningkatan atau penurunan transaksi *mobile banking* belum mampu memberikan kontribusi terhadap profitabilitas bank. *Fee based income*

berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (ROA) bank umum konvensional tahun 2019-2022. Hasil ini cukup mengejutkan, mengingat *fee based income* selama ini dianggap sebagai salah satu sumber pendapatan utama bagi bank selain pendapatan bunga.

Saran

Dari temuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Bank perlu terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan digital seperti *internet banking* dan *mobile banking* agar dapat memberikan kontribusi yang lebih terhadap profitabilitas di masa mendatang.
2. Bank perlu melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap pengelolaan *fee based income* agar dapat memberikan kontribusi positif terhadap profitabilitas.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel penelitian dengan memanfaatkan informasi dari seluruh bank umum konvensional di Indonesia atau bahkan melibatkan bank syariah, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan representatif.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap profitabilitas bank.

REFERENCES

- Aji, I. K., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Bank BUMN. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 4(1), 36–45. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JAD/issue/view/59>
- Alfatihah, P., & Sundari, B. (2021). Pengaruh Transaksi Perbankan Elektronik (Electronic Banking) Terhadap Kinerja Keuangan Entitas Publik Perbankan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1), 30–40. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i1.3383>
- Anastasia, M. D., & Munari, M. (2021). Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Dan Layanan Transaksi Digital Bank Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 607. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i06.p05>
- Annur, C. M. (2023, September 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Basoeky, U., Panggabean, S., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., Maisarah, & Sudirman, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. <https://www.researchgate.net/publication/355440562>

- Bayu, D. J. (2020, November 18). *Layanan Perbankan Digital Makin Sering Digunakan saat Pandemi*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/18/layanan-perbankan-digital-makin-sering-digunakan-saat-pandemi>
- Bintari, V. I., Santosa, A. D., & Hamzah, R. A. (2019). Pengaruh Interest Based Income Dan Fee Based Income Terhadap Return On Assets Pada Bank Mandiri (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 24–34. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, R. K. (2020, March 4). *Kacau! Kinerja Bank BUKU 3 Ambles di 2019*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200304140201-17-142445/kacau-kinerja-bank-buku-3-ambles-di-2019>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Revisi). PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2021). *Manajemen Perbankan* (Revisi). Rajagrafindo Persada.
- Mayasari, Hidayat, Y. M., & Hafitri, G. E. (2021). Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Kinerja Keuangan Bank. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21(1), 55–72.
- Memahami Uji Lagrange Multiplier Dalam Software Pengolahan Data Eviews*. (2021). Binus University School of Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-uji-lagrange-multiplier-dalam-software-pengolahan-data-eviews/>
- Monika, A., Hakim, A. L., & Ahmad, A. N. (2022). Pengaruh Current Asset Saving Account (CASA) Dan Fee-Based Income (FBI) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Bank Jabar-Banten Syariah (BJBS) Periode 2016-2020. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 7(2), 138–147. <https://doi.org/10.37366/jespb.v7i02.584>
- Oktriwina, A. S. (2023, September 15). *Mobile Banking dan Internet Banking, Apa Bedanya?* Glints. <https://glints.com/id/lowongan/mobile-banking-internet-banking/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). *Statistik Perbankan Indonesia*. Ojk.Go.Id. Retrieved December 27, 2023, from <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>
- Presiden RI. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*.
- Rafiqi, I., & Ulfa, N. L. (2022). Pengaruh Fee Based Income (FBI) Terhadap Tingkat Return On Asset (ROA) Di PT. Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Keislaman*, 9(3), 336–347. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=485319>.
- Rahmadini, F. (2023, February 17). *Alasan Kenapa Bank Syariah Kalah Saing dengan Bank Konvensional*. Finansialku.Com. <https://www.finansialku.com/bank-syariah-kalah/>

- Sopian, M. A., & Pramiudi, U. (2021). Pengaruh Efektivitas Kredit Dan Fee Base Income Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Study Kasus pada Bank BCA Bogor Tahun 2011-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 347–358. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.872>
- Suardana, P. A. K. P., & Kustina, K. T. (2017). Pengaruh Fee Based Income Dan Transaksi E-Banking Terhadap Perubahan Laba Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis*, 2(2), 331–343. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta, CV.
- Syahputra, R., & Suparno. (2022). Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(3), 379–388. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i3.21114>
- Tyas, L. A., & Purwanti, K. (2020). Pengaruh Adopsi E-Banking Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Accounting* 134-151, 3(2).