

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri perbankan selalu memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998, yang menyebutkan bahwa perbankan memiliki peranan strategis untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. Adapun bank memiliki fungsi utama sebagai lembaga intermediasi yaitu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus unit*) dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana (*deficit unit*) (UU No. 10 Tahun 1998). Oleh karena itu, perbankan dituntut untuk mampu mempertahankan kinerja keuangan dan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Kinerja keuangan suatu bank ditentukan oleh seberapa baik bank tersebut mengelola kegiatan usahanya. Salah satu indikator untuk mengukur kinerja keuangan tersebut adalah dari tingkat profitabilitasnya. Hal ini dikarenakan tujuan utama bank sebagai suatu badan usaha adalah untuk memperoleh laba (profit). Menurut Sartono (2010: 122), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Untuk mengukur tingkat profitabilitas tersebut, rasio yang digunakan pada umumnya adalah *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). *Return On Asset* (ROA) memfokuskan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam kegiatan operasinya, sedangkan *Return On Equity* (ROE) hanya mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh dari investasi pemilik perusahaan dalam bisnis tersebut (Siamat, 1993). Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan, dalam menilai profitabilitas suatu bank lebih mementingkan tingkat *Return on Assets* (ROA). Hal ini dikarenakan Bank Indonesia lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur berdasarkan aset yang dananya sebagian besar dari dana simpanan masyarakat (Dendawijaya, 2009: 119). Untuk itu dalam penelitian ini digunakan rasio *Return on Asset* (ROA) untuk menilai tingkat profitabilitas bank. Hal ini didukung pula dengan pendapat Wiagustini (2010: 76), yang menyatakan ROA merupakan salah

satu indikator terbaik untuk mengukur kinerja perusahaan dimana ROA bisa ditentukan oleh serangkaian kebijakan perusahaan dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan.

*Return On Asset* (ROA) merupakan rasio antara laba sebelum pajak terhadap total aset. Rivai, Basir, Sudarto, & Veithzal (2013: 481) menyatakan bahwa, “Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan aset”. Dari pernyataan tersebut artinya semakin tinggi ROA maka kemampuan bank dalam menghasilkan laba semakin baik. Namun sebaliknya jika bank memiliki ROA yang rendah artinya bank tersebut kurang optimal dalam menghasilkan laba, serta akan berdampak sulitnya bank dalam mengembangkan usahanya.

Upaya menjaga dan meningkatkan profitabilitas bank tidak terlepas dari kemampuan bank tersebut dalam mengikuti perkembangan zaman. Di era perbankan digital ini, nampaknya pengaruh penggunaan layanan perbankan digital atau *e-banking* sangat penting untuk diperhatikan dalam upaya meningkatkan profitabilitas. Penggunaan layanan perbankan digital diduga dapat meningkatkan ROA perbankan karena dengan adanya layanan tersebut pendapatan berbasis komisi bank meningkat serta dapat mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif tinggi untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik, dan lainnya (OJK, 2015). Menurut Manzoor, Sumra, & Abbas, (2011) dengan adanya *e-banking*, efisiensi bank meningkat, biaya tenaga kerja berkurang, jumlah karyawan yang diperlukan untuk memberikan layanan lebih sedikit, keakuratan transaksi bertambah, mengurangi kesalahan manusia, selain itu prosedur, proses dan layanan menjadi lebih cepat dan dapat diandalkan. Hal ini sesuai dengan konsep teori inovasi keuangan yang dikemukakan oleh Silber (1983), yang menyatakan bahwa tujuan maksimalisasi keuntungan lembaga keuangan adalah alasan utama inovasi keuangan. Serta Frame & White (2004) yang menyatakan bahwa badan usaha dan individu yang terus-menerus mencari produk, proses, dan struktur organisasi yang baru dan lebih baik yang akan mengurangi biaya produksi mereka, lebih memenuhi permintaan pelanggan, dan menghasilkan

keuntungan yang lebih besar. Dalam konteks ini, layanan perbankan digital yang merupakan salah satu inovasi keuangan dapat secara substansial mengurangi biaya operasional bank apabila dibandingkan dengan pelayanan melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik dan lainnya, bank juga dapat memperoleh pendapatan dari penyediaan layanan perbankan digital tersebut. Oleh karena itu penyediaan layanan perbankan digital dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perbankan.

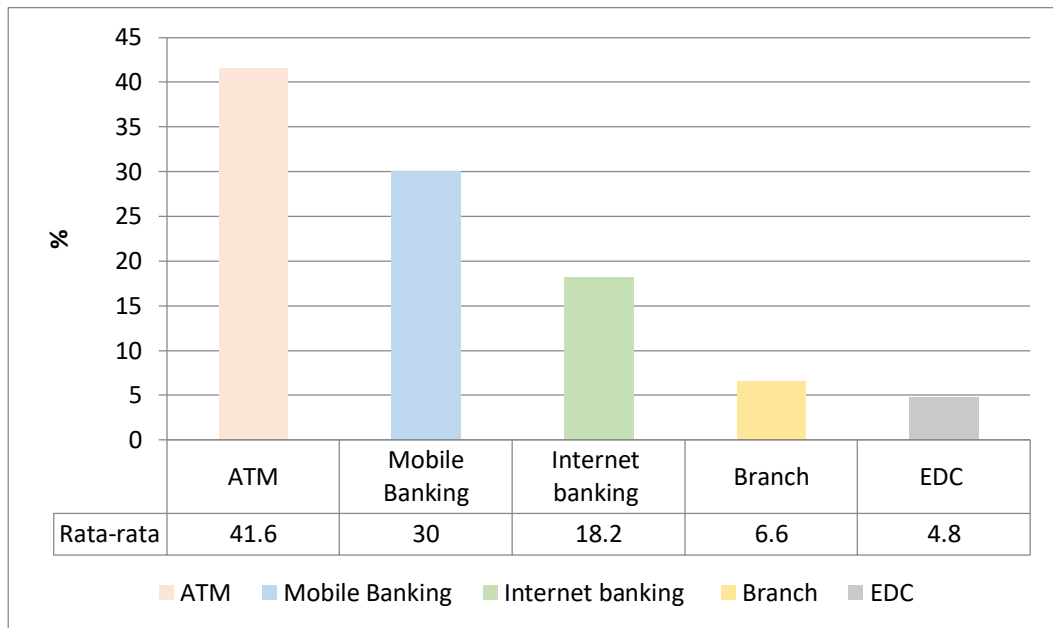
Layanan perbankan digital yang sedang marak digunakan saat ini adalah ATM (*Automated Teller Machine*), *mobile banking* serta *internet banking*. Institute for Development Economy and Finance (INDEF) pada laman Katadata.co.id (2019) mengungkapkan bahwa rata-rata frekuensi transaksi perbankan nasabah pada tahun 2014-2018 lebih banyak menggunakan ATM yaitu sebesar 41,6%, kemudian disusul dengan *mobile banking* 30% dan *internet banking* di angka 18,2%. Berikut ini tabel yang menunjukkan data tersebut.

**Tabel 1.1.**  
**Transaksi Perbankan Berdasarkan Frekuensi Tahun 2014-2018**  
**(dalam %)**

	2014	2015	2016	2017	2018	Rata-rata
ATM	50	44	39	38	37	41,6
<i>Mobile Banking</i>	15	26	32	36	41	30
<i>Internet Banking</i>	20	18	19	16	18	18,2
<i>Branch</i>	10	8	6	5	4	6,6
EDC	5	5	4	5	5	4,8

Sumber: Institute for Development Economy and Finance (INDEF)

Berikut adalah grafik yang menggambarkan rata-rata frekuensi transaksi perbankan nasabah selama tahun 2014-2018.



Sumber: Institute for Development Economy and Finance (INDEF)

**Grafik 1.1.**  
**Rata-rata Frekuensi Transaksi Perbankan Nasabah Selama Tahun 2014-2018**

Berdasarkan Tabel 1.1. dan Grafik 1.1. terlihat selama tahun 2014-2018 nasabah perbankan lebih sering menggunakan ATM, *mobile banking* dan *internet banking* dalam bertransaksi, dengan rata-rata transaksi lewat ATM sebesar 41,6%, kemudian disusul dengan *mobile banking* 30% dan *internet banking* di angka 18,2%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan transaksi lewat *mobile banking* dan *internet banking* terus meningkat, namun secara porsi belum mengalahkan transaksi lewat ATM. Untuk itu layanan perbankan digital yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah ATM, *mobile banking* dan *internet banking*.

Pendapatan yang dihasilkan dari ATM dari tahun ke tahun terus meningkat, begitu pula industri perbankan yang terus berinovasi untuk menyediakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang semakin diminati oleh nasabah. Bank menyediakan layanan ini selain untuk mengikuti perkembangan zaman, juga untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan di mana pun dan kapan pun sehingga dapat memperluas jangkauan nasabahnya. Dengan meluasnya jangkauan nasabah, maka kinerja keuangan perbankan juga akan meningkat (Munyoki, 2015). Berikut ini data pendapatan ATM dari bank yang menyajikan pendapatan ATM dalam laporan keuangannya pada tahun 2014-2019.

Ayu Damayanti, 2020

PENGARUH LAYANAN PERBANKAN DIGITAL TERHADAP PROFITABILITAS BANK  
(STUDI PADA PERBANKAN DI INDONESIA PERIODE 2014-2019)

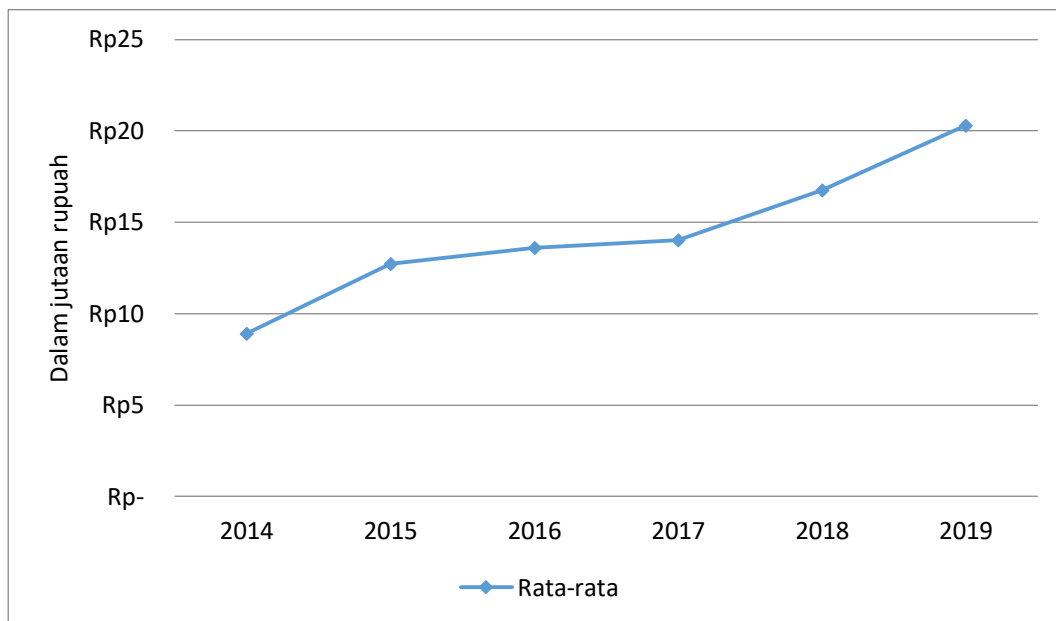
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Tabel 1.2.**  
**Pendapatan Bank dari ATM Tahun 2014-2019**  
**(dalam ribuan rupiah)**

Indikator	Pendapatan ATM					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bank Index	232.719	327.480	358.269	300.632	695.948	1.252.835
MNC Bank	3.638.000	4.545.000	4.917.000	6.714.000	9.176.000	10.547.000
Bank Mayora	849.000	931.000	1.227.000	1.621.000	2.159.000	2.386.000
Bank Victoria	484.842	527.566	723.697	1.084.978	1.956.044	1.771.437
Bank Artos	23.800	36.259	31.856	18.672	18.821	23.749
Bank Yudha Bhakti	15	21.893	46.256	72.732	76.429	63.784
Bank Bengkulu	975.328	1.359.660	4.073.113	4.498.320	6.786.114	8.576.734
Bank DKI	38.477.000	65.554.000	85.588.000	93.434.000	109.230.000	126.619.000
Bank Kalbar	5.503.585	7.036.687	7.940.663	8.614.522	10.009.239	11.131.614
Bankaltimtar	20.140.215	32.478.067	29.032.790	30.585.308	41.742.116	63.918.479
Bank NTT	20.074	22.467	31.880	33.662	50.495	102.989
Bank Sultra	1.045.705	1.320.143	1.616.478	2.048.127	3.252.763	4.153.271
Bank Nagari	8.841.686	11.183.634	10.977.953	13.029.359	16.586.716	16.329.029
Bank Muamalat	44.051.876	55.305.384	46.316.034	36.299.213	38.886.996	48.183.153
Bank Mandiri Syariah	9.543.312	10.192.493	11.070.320	12.080.000	10.654.000	9.347.000
Rata-rata	8.921.810	12.722.782	13.596.754	14.028.968	16.752.045	20.293.738

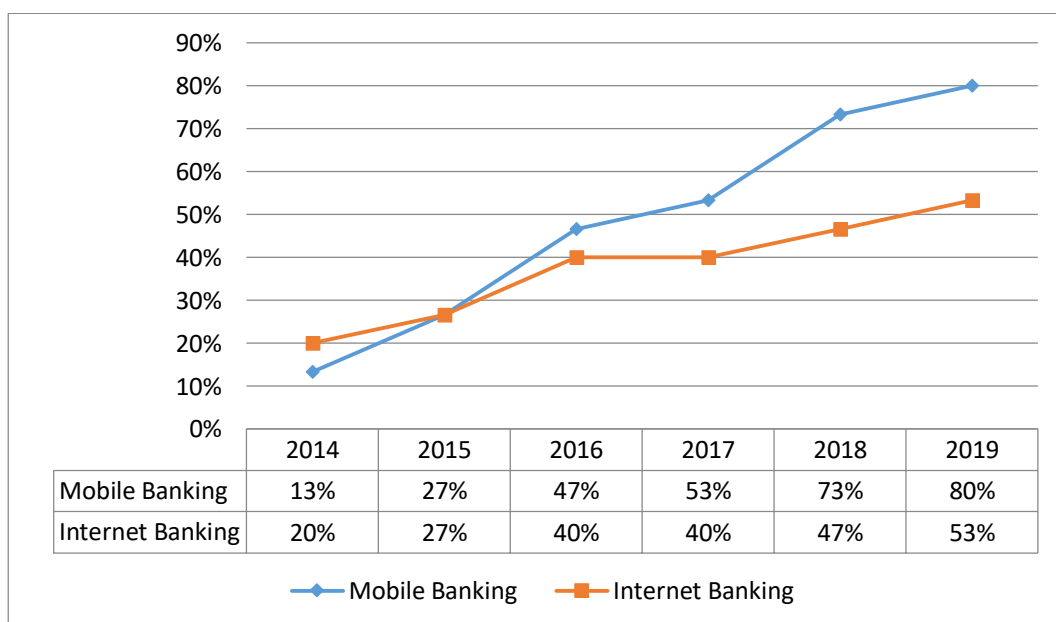
Sumber: Laporan Keuangan Bank Tahun 2014-2019 (data diolah)

Rata-rata pendapatan bank dari ATM serta data banyaknya bank yang menyediakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* selama tahun 2014-2019 disajikan dalam Grafik 1.2. dan 1.3. berikut.



Sumber: Laporan Keuangan Bank Tahun 2014-2019 (data diolah)

**Grafik 1.2.**  
**Rata-rata Pendapatan Bank dari ATM Tahun 2014-2019**  
**(dalam jutaan rupiah)**



Sumber: Laporan Keuangan Bank Tahun 2014-2019 (data diolah)

**Grafik 1.3.**  
**Jumlah Bank yang Menyediakan Layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking* Tahun 2014-2019**

Data yang tertera pada Grafik 1.2. menjelaskan bahwa rata-rata pendapatan bank dari ATM selama tahun 2014 sampai 2019 terus meningkat setiap tahunnya. Rata-rata pendapatan dari ATM pada tahun 2014 tercatat sebesar

Rp8.921.810.436, nilai tersebut terus meningkat setiap tahunnya hingga pada tahun 2019 nilainya mencapai Rp20.293.738.300, meningkat dua kali lipat dari tahun 2014. Begitu pula pada Grafik 1.3., dapat dilihat bahwa semakin banyak bank yang menyediakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019.

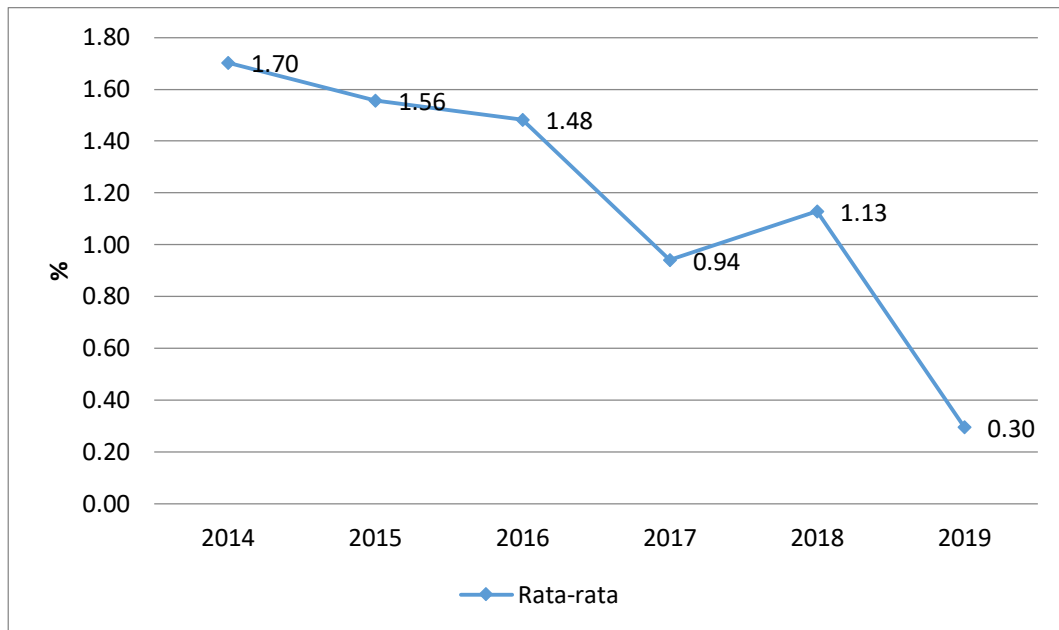
Untuk melihat kinerja keuangan perbankan dalam aspek profitabilitas dari bank-bank tersebut, berikut disajikan tabel rata-rata ROA dari sejumlah bank di Indonesia selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2019:

**Tabel 1.3.**  
**ROA Perbankan di Indonesia Tahun 2014-2019**  
(dalam persen)

Nama Bank	ROA					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bank Index	2,23	2,06	2,19	1,78	1,56	1,33
MNC Bank	-0,82	0,1	0,11	-7,47	0,74	0,27
Bank Mayora	0,64	1,24	1,39	0,81	0,73	0,25
Bank Victoria	0,8	0,65	0,52	0,64	0,33	-0,09
Bank Artos	0,27	0,01	-5,25	-1,48	-2,76	-15,89
Bank Yudha Bhakti	0,69	1,16	2,53	0,43	-2,83	0,37
Bank Bengkulu	3,7	2,88	2,78	2,02	1,76	2,15
Bank DKI	2,1	0,89	2,29	2,04	2,24	2,31
Bank Kalbar	3,19	2,91	2,88	2,94	2,71	2,73
Bankaltimtera	2,61	1,56	2,99	2,72	2,4	1,21
Bank NTT	3,72	3,44	2,94	2,98	2,77	2,26
Bank Sultra	4,13	3,41	3,87	4,13	4,29	3,73
Bank Nagari	1,94	2,28	2,19	1,86	2,03	2,06
Bank Muamalat	0,17	0,2	0,22	0,11	0,08	0,05
Bank Mandiri Syariah	0,17	0,56	0,59	0,59	0,88	1,69
Rata-rata	1,70	1,56	1,48	0,94	1,13	0,30

Sumber: Laporan Keuangan Bank Tahun 2014-2019 (data diolah)

Berikut adalah grafik rata-rata ROA perbankan di Indonesia selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2019:



Sumber: Laporan Keuangan Bank Tahun 2014-2019 (data diolah)

**Grafik 1.4.**  
**Rata-rata ROA Perbankan di Indonesia Tahun 2014-2019**  
 (dalam persen)

Pada Grafik 1.4. tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata ROA bank tersebut cenderung menurun walaupun sempat mengalami peningkatan pada tahun 2018. Rata-rata ROA pada tahun 2014 sebesar 1,70% kemudian turun pada tahun 2015 menjadi 1,56% serta pada tahun 2016 dan 2017 menjadi 0,48% dan 0,94%. Penurunan yang berarti selanjutnya terjadi pada tahun 2019, dimana ROA yang semula 1,13% pada tahun 2018, turun menjadi 0,30% pada tahun 2019, padahal rata-rata pendapatan ATM terus meningkat setiap tahunnya. Begitu pula dengan jumlah bank yang menyediakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang terus bertambah setiap tahunnya. Seperti yang dinyatakan oleh Njongu (2014), terdapat hubungan positif antara kinerja keuangan bank dengan layanan perbankan elektronik. Namun pada data di atas peningkatan pendapatan dari ATM serta penyediaan layanan *mobile banking* dan *internet banking* tidak didampingi dengan peningkatan ROA perbankan di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan di berbagai negara menyatakan bahwa *e-banking* yang di antaranya terdiri dari ATM, *mobile banking* dan *internet banking* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas bank yang diukur menggunakan ROA (Njongu, 2014; Mwangi, 2014; Monyoncho 2015; Sujud & Hashem, 2017; Mueni & Atheru, 2019). Namun pada penelitian Chaarani & Abiad (2018) hanya



ATM dan *internet banking* yang memiliki pengaruh positif terhadap ROA sedangkan *mobile banking* tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Dan pada penelitian Valahzaghhard & Bilandi (2014) ATM tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA).

Di Indonesia sendiri penelitian yang dilakukan oleh Adhi (2018) menunjukkan hasil bahwa jumlah ATM berpengaruh positif terhadap ROA. Penelitian Syarifudin (2014) serta Arofany & Tandika (2019) menemukan bahwa aplikasi *mobile banking* memiliki hubungan positif dengan profitabilitas. Selain itu, Margaretha (2015) yang menemukan bahwa *internet banking* berpengaruh positif terhadap ROA, dimana bank-bank yang mengadopsi *internet banking* memiliki ROA yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *internet banking*. Namun, hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian Sinambela & Rohani (2017), Yultiara & Nurdin (2018), Arofany & Tandika (2019), serta Yohani & Dita (2019) yang menyatakan bahwa *internet banking* tidak berpengaruh terhadap *Return on Assets* (ROA). Begitu juga penelitian Rahmawati & Tandika (2018) menemukan bahwa transaksi elektronik yang didalamnya terdapat ATM, *mobile banking* dan *internet banking* tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA).

Dengan adanya *research gap* dari penelitian-penelitian tersebut maka perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait pengaruh layanan perbankan digital terhadap profitabilitas. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Pengaruh Layanan Perbankan Digital terhadap Profitabilitas Bank (Studi pada Perbankan di Indonesia Periode 2014-2019)”.

## 1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah layanan ATM berpengaruh terhadap profitabilitas bank?
2. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap profitabilitas bank?
3. Apakah layanan *internet banking* berpengaruh terhadap profitabilitas bank?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh layanan ATM terhadap profitabilitas bank.
2. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh layanan *mobile banking* terhadap profitabilitas bank.
3. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh layanan *internet banking* terhadap profitabilitas bank.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

#### 1.3.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan perbankan, terutama dalam mengukur kinerja keuangan perbankan yang berkaitan dengan layanan perbankan digital terhadap profitabilitas bank.

#### 1.3.2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan perbankan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi industri perbankan tentang penyediaan layanan perbankan digital dalam meningkatkan profitabilitas bank.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pengaruh layanan perbankan digital terhadap profitabilitas serta dapat menjadi dasar literatur untuk penelitian selanjutnya.