

## PENGARUH *DIGITAL BANKING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk)

Irwan Moridu  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai  
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 79, Luwuk Banggai, Sulawesi Tengah  
Email : irwanmoridu@gmail.com

Diterima: 13 Juli 2020. Disetujui: 24 Desember 2020. Dipublikasikan: Desember 2020

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah melihat dan menganalisis pengaruh dari digital banking terhadap laba perusahaan perbankan dengan studi pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk selama tahun 2013 – 2019. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dimana data diolah menggunakan regresi linier berganda. Metode pengumpulan data adalah observasi non partisipan dengan mengambil data dari laporan keuangan. Hasil penelitian ditemukan bahwa peningkatan jumlah transaksi keuangan dengan menggunakan *Digital Banking* yaitu *SMS Banking*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* secara parsial tidak berpengaruh terhadap peningkatan laba, hal ini di mungkin karena adanya ketidaknyamanan dan keraguan nasabah didalam penggunaan *Digital Banking*, sedangkan secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berpengaruh tidak signifikan, artinya secara keseluruhan *Digital Banking* berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

**Kata Kunci:** *Digital Banking*, Nilai, Bank

### Abstract

*The purpose of this study is to look at and analyze the effect of digital banking on the profits of banking companies by studying at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk during 2013 - 2019. The method used is descriptive quantitative in which the data is processed using multiple linear regression. The data collection method is a non-participant observation by taking data from financial statements. The results of the study found that an increase in the number of financial transactions using Digital Banking, namely SMS Banking, Mobile Banking, and Internet Banking, partially did not affect the increase in profits, this is possible because of the inconvenience and doubt of customers in the use of Digital Banking, while simultaneously the results of this study The results show that the effect is not significant, meaning that overall Digital Banking is influential, although not significantly to PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.*

**Keywords:** *Digital Banking*, Value, Bank

## 1. PENDAHULUAN

Industri perbankan merupakan sektor yang banyak menarik perhatian masyarakat, baik itu masyarakat pada umumnya maupun masyarakat yang sebagian besar ada di dunia bisnis. Berbagai macam transaksi keuangan yang melibatkan pihak perbankan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari transaksi finansial. Fitur transaksi keuangan yang ada di perbankan menjadikan hal yang menarik bagi pengguna transaksi keuangan. Fitur transaksi keuangan berbasis digital banyak dipergunakan oleh nasabah dalam transaksi pembayaran baik itu transfer, pembayaran, kredit, maupun pembelian produk ataupun transaksi keuangan lainnya. Berbagai fitur transaksi keuangan berbasis digital tersebut tidak terlepas dari bank umum milik negara yang sebagian besar nasabahnya melakukan transaksi keuangan berbasis digital tersebut.

Internet sudah mengubah dan menjadi dimensi persaingan di berbagai sektor keuangan dan perbankan, setelah adanya ATM dan *phone banking* dimana ini menjadi awal dari keuangan berbasis elektronik, dalam meningkatkan adopsi penggunaan internet telah menjadikan saluran

distribusi terbaru baru didalam sektor keuangan dan perbankan yaitu online banking. Onay et al., (2008).

Allen et al., (2002) mendefinisikan *E-finance* adalah alat penyaluran layanan pasar keuangan dan perbankan yang menggunakan elektronik dan komputerisasi. Layanan ini dapat disediakan oleh macam – macam bank yang mempunyai kantor fisik serta menciptakan sebuah situs web dan menyediakan pelayanan melalui itu atau pelayanan bisa ditetapkan melalui bank virtual. Internet dapat digunakan sebagai bagian dari saluran yang strategis dan diferensiasi produk jasa keuangan yang berbiaya rendah seperti halnya kartu kredit.

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 12 /POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana pengertian *digital banking* adalah pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepath, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah, dengan memperhatikan aspek berbagai pengamanan.

Fitur transaksi finansial yang banyak digunakan oleh masyarakat seperti *SMS Banking* yaitu selanjutnya *Mobile Banking dan Internet Banking* Berdasarkan data yang didapatkan seperti yang tergambar di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Pengguna *Digital Banking* Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2016-2019

No	Tahun	<i>Digital Banking</i>		
		<i>SMS Banking</i>	<i>Mobile Banking</i>	<i>Internet Banking</i>
1.	2016	6.873.626	506,564	1.538.020
2.	2017	8.497.014	1.368.771	1.781.297
3.	2018	9.819.514	2.892.518	1.893.721
4.	2019	10.865.581	4.877.738	1.996.653

Sumber :idx.co.id

Berdasarkan data tersebut pihak perbankan mengharapkan adanya peningkatan jumlah transaksi keuangan sehingga mampu untuk meningkatkan laba perusahaan dimata investor seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini dimana jumlah transaksi keuangan yang berasal dari fitur *SMS Banking, Mobile Banking* maupun *Internet Banking* pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2016-2019.

Tabel 2. Jumlah Transaksi Atas *Digital Banking* Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2016-2019

No	Tahun	<i>Digital Banking</i>		
		<i>SMS Banking</i>	<i>Mobile Banking</i>	<i>Internet Banking</i>
1.	2016	307.600.000	10.500.000	26.100.000
2.	2017	389.200.000	32.300.000	25.400.000
3.	2018	504.050.000	96.880.000	27.500.000
4.	2019	660.190.000	201.850.000	29.860.000

Sumber : idx.co.id

Dari data tersebut diharapkan mampu meningkat di tahun-tahun yang akan datang sehingga sektor perbankan terus mengalami peningkatan laba perusahaan yang positif dimata investor. bagi pihak perbankan fitur ini ini diharapkan mampu untuk memberikan dampak yang positif bagi perkembangan perbankan khususnya Bank umum milik negara. Dari sinilah Mengapa penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul dampak *Digital banking* terhadap nilai perusahaan. Perbankan elektronik bermacam - macam diantara para peneliti karena keuangan dan perbankan elektronik dapat mengacu pada beberapa jenis layanan keuangan dan

perbankan yang mana nasabah dapat mengakses berbagai informasi dan mendapat layanan perbankan yang diinginkan melalui internet. Al-Smadi & Al-Wabel, (2011)

Sedangkan penelitian Anugerah Septiawan(2013) menunjukkan hasil Hasil penelitian ini menunjukan bahwa secara bersama-sama aplikasi internetbanking dan kesehatan bank berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank. Namundemikian, secara parsial memperlihatkan 2 rasio CAMELS pada aspek Capital(CAR) dan aspek Aset (Rasio Kualitas Aktiva Produktif) tidak berpengaruh terhadapkinerja keuangan suatu bank.

Di Indonesia dapat kita lihat banyak perbankan yang muncul serta berkembang dalam beberapa tahun belakangan ini, hal ini membuat tingkat kompetisi yang besar antara kualitas, kinerja, dan harga jasa keuangan di Indonesia terutama halnya untuk bank yang sudah *go public* untukmeningkatkan nilai perusahaan.Untuk dapat mampu bersaing dan berkembang, bank-bank tersebut harus dapat meningkatkan pertumbuhan yang cepat dan kontinyu dalam sektor informasi dan telekomunikasi yang mendorong pengenalan layanan elektronik dalam kegiatan perbankan. Perkembangan elektronik yang cukup tajam di Indonesia dapat menjadi acuan bagi pihak perbankan untuk terus mengikuti perkembangan zaman agar para nasabah merasa lebih nyaman dan mudah untuk bertransaksi.Margaretha(2015).

Beberapa penelitian yang telah ada hanya menjelaskan aspek keuangan tanpa melihat adanya faktor lain yang mendukung peningkatan nilai perusahaan, sehingga penulis mengangkat faktor digital banking seperti SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking yang menjadi dasar dari penelitian ini terhadap nilai perusahaan, sehingga akan memberikan kontribusi dalam peningkatan pelayanan dalam perbankan maupun inovasi dan kreativitas perbankan dalam meningkatkan fitur perbankan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### SMS Banking

*SMS Banking* merupakan salah satu fitur teknologi berbasis informasi perbankan yang berupa pelayanan bagi para nasabah perbankan, yang dapat mengijinkan para nasabah untuk mengakses akun perbankan mereka melalui SMS.

### Mobile Banking

*Mobile Banking* adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah dimana nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi keuangan dengan melalui *handphone* atau *smartphone*. Dalam layanan *mobile banking* dapat pula digunakan dengan menggunakan berbagai menu yang ada dan tersedia melalui aplikasi yang bisa diinstal oleh nasabah bank tersebut.Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/ *handphone* GSM(Global for Mobile Communication)dengan menggunakan SMS (Short Message Service).

Jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui *mobile banking* meliputi: Transfer dana, Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar, Pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, *handphone*, listrik, dan asuransi) serta Pembelian (pulsa isi ulang, saham). Margaretha(2015)

### Internet Banking

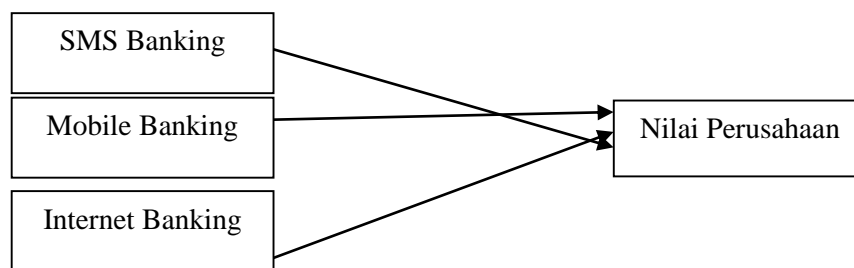
*Internet Banking* adalah salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan Bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan internet Only Bank tidak diperkenankan (Bank Indonesia, 2013). Menurut Margaretha(2015) Internet banking dapat berupa Informational Internet Banking, Communicative Internet Banking dan Transactional Internet Banking, Informational Internet Banking adalah pelayanan jasa Bank kepada nasa- bah dalam bentuk informasi melalui jaringan inter- net dan tidak melakukan eksekusi transaksi (ex- ecutive of transaction).

Dalam beberapa penelitian menunjukkan seperti Egan & Prawoto(2013) yang menyatakan penggunaan internet banking berpengaruh negatif terhadap kinerja perbankan, dan penelitian (Khrawish & Al-Sa'di, 2011) yang menemukan hasil tidak ada pengaruh yang signifikan antara layanan e-banking terhadap profitabilitas pada bank di Yordania periode tahun 2000- 2009.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang biasanya sering dikaitkan dengan harga saham sehingga dapat meningkatkan hasil dan mutu yang terpercaya.

Mengacu kepada latar belakang yang telah dipaparkan penulis mencoba membuat kerangka konsep penelitian ini menjelaskan dampak nilai perusahaan yang dihasilkan dari transaksi keuangan yang berasal dari Digital Banking yang paling banyak digunakan oleh nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, sehingga hal ini dianggap mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan dimasa yang akan datang dengan peningkatan fitur maupun pengguna digital banking untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut.



Gambar 1. Kerangka Pikir

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini di lakukan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk selama kurun waktu 2016 – 2019. Dengan jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif.

#### Definisi Variabel

Penelitian ini mengambil beberapa produk digital perbankan yang dijadikan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen :

1. Variabel Independen (X)
  - a. SMS Banking (X1) adalah salah satu fitur teknologi berbasis informasi perbankan yang berupa pelayanan bagi para nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, yang dapat mengijinkan para nasabah untuk mengakses akun perbankan mereka melalui SMS.
  - b. Mobile Banking (X2) adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dimana nasabah tersebut dimungkinkan untuk melakukan transaksi keuangan dengan melalui *handphone* atau *smartphone*.
  - c. Internet Banking (X3) adalah salah satu pelayanan jasa Bank PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet baik di Handphone maupun perangkat computer yang memiliki jaringan.
2. Variabel Dependen (Y)
 

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh investor terhadap tingkat keberhasilan dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, yang dalam penelitian ini adalah harga saham sehingga dapat meningkatkan hasil dan mutu yang terpercaya.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah observasi non partisipan. Dimana penulis meneliti dokumen berupa laporan keuangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk selama kurun waktu 2016 – 2019.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah deskriptif kuantitatif dimana penelitian ini bertujuan melihat dampak dari perkembangan transaksi *digital banking* terhadap nilai perusahaan yang dilihat berdasarkan analisis regresi linier berganda. Dimana persamaan regresinya adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \tag{1}$$

Keterangan:

- X1 = SMS Banking
- X2 = Mobile Banking
- X3 = Internet Banking
- Y = Nilai Perusahaan
- α = Nilai Konstan
- b = Koefisien Regresi Variabel X
- e = Standar Error

**4. PEMBAHASAN**

Hasil penelitian yang diperoleh didapatkan hubungan antara *Digital Banking* yaitu *SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking* dengan Laba:

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.915 <sup>a</sup>	.837	.674	1.51617	.837	5.129	3	3	.106	2.521

- a. Predictors: (Constant), Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking
- b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Nilai korelasi sebesar 0,915 ini menunjukkan bahwa produk Digital Banking mempunyai hubungan yang sangat erat terhadap laba yang dihasilkan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Hubungan yang erat tersebut terlihat dari adanya peningkatan laba usaha tahun berjalan dengan peningkatan penggunaan transaksi Digital Banking tersebut.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.932	2.251		3.079	.054	
1	SMS Banking	.222	.311	1.555	.715	.526
	Mobile Banking	-.012	.035	-.517	-.348	.751
	Internet Banking	-.026	.123	-.229	-.212	.846

Sedangkan jika dilihat dari pengaruhnya dari ketiga produk digital yaitu SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking tidak memiliki pengaruh terhadap jumlah laba usaha setiap tahun berjalan hal ini terlihat dari nilai t-hitung masing – masing produk digital banking tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu sebesar 2.132 sehingganya ketiga produk tersebut secara parsial tidak berpengaruh terhadap peningkatan laba PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Sedangkan pengaruhnya secara simultan terlihat pada tabel 5 bahwa ketiga produk tersebut mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dimana nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu

6.94 dengan probabilita  $0,106 > 0,05$  sehingga produk *digital Banking* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk secara simultan berpengaruh tidak signifikan.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan Regresi Linier Berganda  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.371	3	11.790	7.129	.106 <sup>b</sup>
	Residual	6.896	3	2.299		
	Total	42.267	6			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking

Penelitian ini didukung oleh Sinambela et al(2017)dimana hasil yang didapatkan adalah penyediaan layanan *internet banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan yang diukur dengan ROA dan ROE. Ini dikarenakanoleh beberapa faktor antara lainpemeliharaan jangka panjang, tingkat keamanan, serta kemampuan perbankandidalam mempertahankan *internet banking* juga masih mengalami kendala. Belum maksimalnya dalam penggunaan *internet banking* di Indonesia untuk melakukan transaksi perbankan juga merupakan hambatan dalam berkembangnya layanan *internet banking*.

Sedangkan hasil penelitian Egan & Prawoto(2013) menyatakan bahwa Hasil pengujian antara variabel internet banking terhadap pertumbuhan laba menunjukkan pengaruh signifikan antara internet banking terhadap pertumbuhan laba. Koefisien yang negatif berarti sebagian besar data yang diujikan di periode penelitian menunjukkan bahwa adanya internet banking dapat berpengaruh terhadap penurunan laba.

Dan hasil penelitian ini di dukung juga oleh penelitian dari Sudaryanti et al (2018) yang mana hasilnya menunjukkan penggunaan mobile banking berpengaruh negatif terhadap *Return On Asset*. Diduga alasannya karena dalam penggunaannya belum secara menyeluruh atau setiap nasabah yang ada belum tentu menggunakan fitur ini. Ukuran bank berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset*. Yaitu apabila semakin besar ukuran suatu bank, maka akan meningkatkan kinerja bank umum di Indonesia. Ini dikarenakan apabila bank besar memiliki lebih banyak kesempatan dalam memberikan berbagai pinjaman dibandingkan bank yang kecil sehingga ini dapat menghasilkan laba yang lebih besar.

## 5. KESIMPULAN

Peningkatan jumlah transaksi keuangan dengan menggunakan *Digital Banking* yaitu *SMS Banking*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, hal ini di mungkinkan karena adanya ketidaknyamanan dan keraguan nasabah didalam penggunaan *Digital Banking*, sedangkan secara simultan hasil penelitian ini menunjukan hasil yang berpengaruh tidak signifikan, artinya secara keseluruhan Digital Banking berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap laba PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Untuk melengkapi serta meningkatkan kontribusi penelitian ini diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel tambahan lainnya seiring perkembangan teknologi digitalisasi dalam perbankan dengan berbagai fitur yang memungkinkan peningkatan nilai perusahaan, sehingga akan memberikan kontribusi dalam bidang perbankan untuk meningkatkan kinerja keuangannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Smadi, M. O., & Al-Wabel, S. A. (2011). The impact of E- banking on the performance of Jordanian banks. *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Allen, F., McAndrews, J., & Strahan, P. (2002). E-finance: An introduction. In *Journal of Financial Services Research*. <https://doi.org/10.1023/A:1016007126394>
- Anugerah Septiawan, B. (2013). *Pengaruh Aplikasi Internet Banking Dan kesehatan Bank Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia)*.
- Egan, R., & Prawoto, H. (2013). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia (Studi Empiris Pada Bank yang Listing di BEI). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 11(22), 138–153. <https://doi.org/10.24167/jab.v11i22.419>
- Khrawish, H. A., & Al-Sa'di, N. M. (2011). The Impact of E-Banking on Bank Profitability: Evidence from Jordan. *Middle Eastern Finance and Economics*, 0(13), 142–158.
- Margaretha, F. (2015). Dampak Electronic Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(3), 514–524.
- Onay, C., Ozsoz, E., & Helvacioğlu, A. D. (2008). The impact of Internet-Banking on Bank Profitability- The Case of Turkey. *2008 Oxford Business & Economics Conference Program*.
- Sinambela, E., Studi Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2017). *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (FKBI) When Fintech Meets Accounting : Opportunity and Risk Pengaruh Penyediaan Layanan Internet Banking Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan di Bursa Efek Indonesia (Vol. 6)*. FKBI. <http://fkbi.akuntansi.upi.edu/>
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(November), 96–107.
- Keldaniaz. (2020, Mei 3). SMS Banking - Pengertian dan Manfaatnya. Diakses dari <http://keldaniaz.blogspot.com>
- Shihan Bank. (2020, Juni 1). Pengertian Mobile Banking. Diakses dari <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>

## Biodata Penulis



**Irwan Moridu**, lahir pada tahun 1987 di Luwuk, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Luwuk. Menamatkan Pendidikan Sarjana Pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Luwuk tahun 2012 dan Program Magister Universitas Muslim Indonesia Makassar pada tahun 2015. Penulis pernah 2 kali mendapatkan hibah dari penelitian dosen pemula yang didanai oleh Kemenristek Dikti yaitu tahun 2017 dan 2018, serta hibah Pengabdian Kepada Masyarakat pada tahun 2019.