

Pengaruh *Internet Banking* dan *Mobile Banking* terhadap Kinerja Keuangan Bank

Mayasari¹, & Y.M. Hidayat & G.E. Hafitri
Universitas Pendidikan Indonesia
mayasari@upi.edu

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of internet banking and mobile banking on the financial performance of banks from 2014 to 2019. Based on purposive sampling, a sample of four banking sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with descriptive and verification analysis was then carried out with multiple regression. The result of this study indicate that there is significant effect between the number of internet banking transaction and the number of mobile banking transaction on the bank's ROA. The number of internet banking transaction can affect a bank's ROA decline, while the number of mobile banking transaction has an effect on increasing the bank's ROA.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh internet banking dan mobile banking terhadap kinerja keuangan bank dari periode 2014 sampai 2019. Berdasarkan purposive sampling diperoleh sampel sebanyak empat perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan analisis deskriptif dan verifikasi kemudian dilakukan uji regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara jumlah transaksi internet banking dan jumlah transaksi mobile banking terhadap nilai ROA bank. Jumlah transaksi internet banking dapat berpengaruh terhadap penurunan nilai ROA bank, sedangkan jumlah transaksi mobile banking berpengaruh terhadap peningkatan nilai ROA bank.

PENDAHULUAN

Perusahaan sektor perbankan memiliki fungsi menghimpun data dari masyarakat dalam bentuk simpanan atau tabungan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pinjaman. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang dapat membantu perkembangan perekonomian negara. Jumlah dana yang dihimpun dari berbagai pihak dapat memberikan kontribusi bank dalam menjalankan kegiatannya. Semakin banyak

dana yang dihimpun, maka semakin kontribusi bank dalam menjalankan kegiatannya.

Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 13/1/PBI/2011 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum, penilaian tingkat kesehatan dan kinerja bank mencakup penilaian terhadap faktor-faktor profil risiko (*risk profile*), *good corporate governance* (GCG), rentabilitas (*earnings*) dan permodalan (*capital*). Faktor-faktor penilaian tersebut biasa disingkat menjadi RGEC. Kinerja rentabilitas atau profitabilitas menjadi salah

ARTICLE INFO:

Article history:

Received 22 April 2021

Revised 29 April 2021

Accepted 1 May 2021

Available online 30 May 2021

Keywords:

Financial Performance.

Internet Banking.

Mobile Banking.

Kata Kunci:

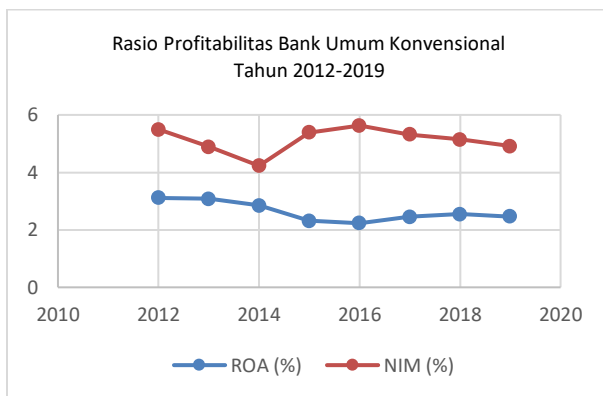
Internet Banking.

Kinerja Keuangan.

Mobile Banking.

satu kinerja yang paling dominan dijadikan rujukan bagi investor untuk melihat kondisi kinerja suatu perusahaan yang secara dasar dianggap sudah mempresentasikan analisis tentang kondisi suatu perusahaan (Fahmi, 2017). Kinerja profitabilitas merupakan salah satu bagian dari kinerja keuangan yang digunakan untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan.

Melihat pada Gambar 1. dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan bank umum konvensional pada tahun 2012-2019 mengalami penurunan pada kinerja profitabilitas yang ditunjukkan melalui perhitungan ROA (*Return On Asset*) dan NIM (*Net Interest Margin*). Penurunan ROA terjadi di tahun 2013 sampai 2016 dan di tahun 2019. Penurunan yang ditunjukkan melalui perhitungan ROA menandakan kinerja bank yang buruk dalam menghasilkan laba bersih. Adapun penurunan NIM terjadi di tahun 2013, 2014, dan 2017 sampai 2019. Penurunan yang ditunjukkan melalui perhitungan NIM menandakan kinerja bank yang buruk dalam menghasilkan pendapatan bunga bersih. Menurunnya kinerja profitabilitas menjadi salah satu masalah pada kinerja keuangan bank karena dengan menurunnya kinerja profitabilitas menandakan kinerja keuangan bank yang buruk dalam mendapatkan laba.



Sumber: www.ojk.go.id

Gambar 1. Rasio Profitabilitas Bank Umum Konvensional

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan adalah inovasi. Inovasi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan supaya dapat menurunkan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan (Fitria & Khalifaturofi'ah, 2020). Layanan Keuangan Digital memberikan peluang pada perusahaan sektor perbankan untuk mengembangkan produk dan jasa yang inovatif. Beberapa layanan perbankan digital yang tercantum pada situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diantaranya *SMS Banking*, *Phone Banking*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*. Pada dasarnya, inovasi *internet banking* oleh perusahaan sektor perbankan dibuat untuk meningkatkan efisiensi kinerja bank dalam penggunaan kertas karena sebagian besar layanan sudah melalui internet. Biaya layanan yang dibebankan kepada nasabah dapat menjadi sumber pendapatan bagi bank (Egan & Prawoto, 2013; Kombe & Wafula, 2015; Barasa et al. 2017). Selain bank, kehadiran layanan *internet banking* dan *mobile banking* juga memberikan keuntungan kepada pihak nasabah terutama apabila dilihat dari segi efisiensi waktu dan tenaga karena transaksi melalui layanan *internet banking* maupun *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

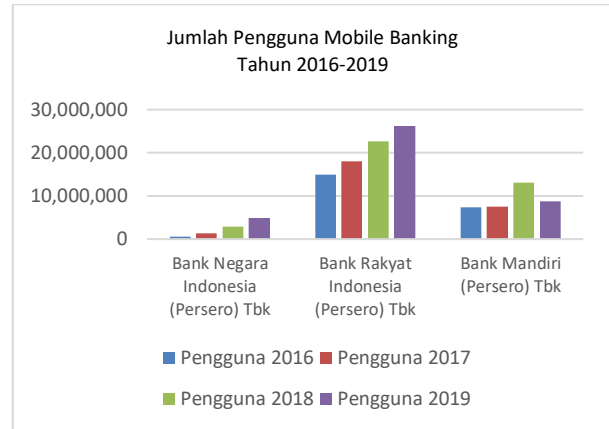
Kehadiran Layanan Keuangan Digital yang merupakan akibat dari kemajuan teknologi dan informasi memberikan dampak yang cukup besar bagi sektor perbankan di Indonesia. Layanan Keuangan Digital adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran dan/atau keuangan terbatas yang dilakukan tidak melalui kantor fisik, namun dengan menggunakan sarana teknologi, antara lain *mobile based* maupun *web based* dan jasa pihak ketiga (agen), dengan target layanan masyarakat yang tidak memiliki dan memiliki akses yang terbatas terhadap layanan keuangan (Sastiono & Nuryakin, 2019). Kehadiran produk dan jasa berbasis digital selain untuk mengikuti *trend* perkembangan zaman tapi

juga memberikan pelayanan yang cepat dan mudah bagi nasabah bank itu sendiri.

Saat ini layanan perbankan menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, terutama transaksi perbankan yang telah menjadi sebuah keharusan. Perkembangan dan kemajuan teknologi membawa perubahan pada perilaku nasabah dan evolusi inovasi teknologi dalam layanan bank yang cepat, mudah, serta aman. Inovasi teknologi pada layanan perbankan merupakan rencana strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan perbankan. Inovasi teknologi menjadi sumber daya aset yang ada di perusahaan. *Return on Asset (ROA)* dapat digunakan untuk mengukur seberapa efisien pemanfaatan aset tersebut dalam mengembangkan pelayanan dan produk pada bank yang dapat mendorong peningkatan profitabilitas bank (Sutarti *et al.* 2019).

Pada Gambar 2 terdapat data mengenai pengguna (*user*) *mobile banking* dari Bank Negara Indonesia Tbk. (B-BNI), Bank Rakyat Indonesia Tbk. (B-BRI), dan Bank Mandiri Tbk. (B-BMDR) yang menunjukkan adanya peningkatan pengguna *mobile banking* dari tahun 2016-2019. Peningkatan jumlah *user mobile banking* tersebut tidak serta merta diikuti oleh optimalisasi penggunaannya. Padahal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mwange (2013) pada 43 bank komersial di Kenya periode 2008 sampai 2012 menunjukkan bahwa jumlah pengguna (*user*) *mobile banking* dan jumlah transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* memiliki pengaruh pada profitabilitas bank komersial di Kenya. Layanan *mobile banking* menawarkan peluang kepada bank untuk meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khitaka (2014) juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari jumlah *user* dan jumlah transaksi tahunan terhadap kinerja keuangan bank komersial di Kenya. Layanan *mobile banking* memberikan potensi pada bank untuk memperluas jaringan perusahaan dan kemampuan penjualan produk

kepada pelanggan. Transfer itu sendiri merupakan salah satu dari beberapa produk jasa perbankan yang dapat menghasilkan *fee based income*.



Sumber: Laporan Tahunan Bank Bersangkutan
Gambar 2. Pengguna Mobile Banking

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mwange (2013) dan Khitaka (2014) dapat dikatakan bahwa semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* dan semakin tinggi jumlah uang yang ditransaksikan melalui *mobile banking*, semakin baik juga profitabilitas bank.

Berbeda dengan hasil penelitian Mwange (2013) dan Khitaka (2014), penelitian yang dilakukan oleh Mahboub (2018) menyimpulkan bahwa penerapan layanan perbankan *internet banking* tidak secara signifikan mempengaruhi kinerja bank di Lebanon, sedangkan layanan *mobile banking* signifikan dan langsung mempengaruhi kinerja bank. Hasil penelitian (Maslakah, 2020) menemukan bahwa inovasi keuangan ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* tidak memiliki pengaruh positif terhadap return on asset pada bank konvensional di Indonesia. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif & Masdupi (2020) yang menemukan adanya dampak negatif dari jumlah transaksi melalui *internet banking* terhadap kinerja perbankan di Indonesia sehingga dapat dikatakan adanya *internet banking* tidak

memiliki pengaruh terhadap kinerja bank. Meskipun sudah banyak penelitian terkait pengaruh *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan namun ditemukan adanya gap empiris yang berarti penelitian yang dilakukan tidak selalu memiliki hasil yang sama.

Adanya perbedaan hasil antara satu peneliti dengan peneliti lainnya menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan bank. Adapun rumusan dalam penelitian ini yang diantaranya: Bagaimana gambaran penggunaan internet banking dan *mobile banking* pada periode 2014-2019; Bagaimana gambaran profitabilitas bank pada periode 2014-2019; dan Bagaimana pengaruh penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* terhadap profitabilitas bank.

Kajian Pustaka

Inovasi keuangan adalah kekuatan penting yang memotivasi sistem keuangan menuju kompetensi ekonomi yang lebih besar yang timbul dari waktu ke waktu. Carney (dalam Harahap *et al.* 2017) menyatakan bahwa inovasi dalam sektor keuangan yang kemudian disebut dengan istilah *financial technology* akan membawa revolusi bagi setiap pengguna jasa keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Financial Technology* merupakan sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi dalam menghasilkan sebuah produk berupa sistem yang dibangun untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan. Menurut Bank Indonesia (BI), teknologi keuangan atau finansial merupakan sistem keuangan yang menggunakan teknologi untuk menghasilkan produk, layanan, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi keuangan atau

yang biasa disebut *financial technology* merupakan sebuah inovasi yang terjadi pada industri jasa keuangan dengan memanfaatkan penggunaan teknologi untuk menghasilkan produk dan layanan keuangan baru yang efisien, lancar, aman, serta sistem pembayaran yang andal.

Lembaga Keuangan Tradisional (*Traditional Financial Institutions*) yang terdiri dari perusahaan keuangan dan bank berperan dalam menciptakan inovasi keuangan, misalnya dalam hal efisiensi waktu yang dibutuhkan nasabah untuk menggunakan produk dan layanan keuangan sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Produk jasa layanan keuangan perbankan seperti *SMS Banking*, *Phone Banking*, *sampai Internet Banking* dan *Mobile Banking* sudah banyak digunakan oleh masyarakat sekarang ini. Inovasi teknologi telah membawa kepercayaan pada global transformasi operasional bank yang akibatnya perbankan elektronik telah membawa perubahan paradigma dalam operasi perbankan dengan menggunakan teknologi internet untuk meningkatkan produk dan layanan sehingga memiliki nilai tambah.

Seperti yang tercantum dalam buku *Bijak Ber-Electronic Banking* yang disusun oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Republik Indonesia, pengertian *Internet Banking* merupakan produk layanan perbankan dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai media sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Perantara antara nasabah dengan sistem bank yaitu internet sehingga untuk melakukan transaksi nasabah tidak harus mendatangi kantor bank, tetapi dapat menggunakan perangkat komputer atau laptop yang terhubung ke jaringan internet. Tujuan utama bank menghadirkan layanan *internet banking* yaitu untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan kemudahan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam mengakses layanan perbankan. Banyak manfaat dan

kuntungan yang dapat diperoleh apabila menggunakan layanan internet banking.

Mobile banking merupakan produk layanan perbankan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Layanan *mobile banking* digunakan melalui aplikasi yang dapat diunduh oleh nasabah. *Mobile banking* dapat digunakan dengan lebih mudah jika dibandingkan dengan *internet banking* karena digunakan melalui *smartphone* yang lebih praktis dibawa kemana pun dan dapat melakukan transaksi dimana pun selama tersedia jaringan internet. Adapun fitur-fitur yang terdapat pada layanan *mobile banking* yaitu layanan informasi seperti informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat, serta layanan transaksi seperti transfer dan pembayaran tagihan, pembelian, dan berbagai fitur lainnya. (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Keberhasilan adopsi inovasi teknologi pada layanan *internet banking* dan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh jumlah pengguna (*user*), jumlah nilai atau volume transaksi, dan jumlah transaksi atau frekuensi transaksi (Khitaka, 2014; Mwange, 2013). Semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* dan semakin tinggi jumlah uang yang ditransaksikan melalui dan *mobile banking*, semakin baik juga profitabilitas bank Khitaka (2014). Investasi pada *mobile banking* dan jumlah transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* memiliki pengaruh pada profitabilitas bank, yaitu menghasilkan peningkatan pada indikator kinerja ROA (Mwange, 2013). Dengan melakukan investasi pada *mobile banking* memberikan potensi pada bank untuk memperluas jaringan perusahaan dan kemampuan penjualan produk kepada pelanggan.

Adapun jumlah transaksi atau frekuensi transaksi dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan adopsi inovasi teknologi layanan *internet banking* dan *mobile*

banking karena transfer merupakan salah satu dari beberapa produk jasa perbankan yang menghasilkan *fee based income*. *Fee based income* (Suardana & Kustina, 2017) merupakan pendapatan operasional non bunga yang diperoleh bank atas pemberian jasa pelayanan.

Menurut Jumingan (2010), kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada satu periode tertentu yang menyangkut aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana. Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan suatu perusahaan yang dapat menunjukkan prestasi kerja perusahaan pada periode tertentu. Kinerja keuangan biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Kinerja keuangan ini digunakan oleh perusahaan untuk menilai prestasi yang telah dicapai perusahaan dan pengambilan keputusan untuk perbaikan maupun peningkatan kinerja perusahaan, yang kemudian menjadi laporan pertanggungjawaban pada pihak-pihak yang berkepentingan, seperti kreditur, investor, dan pemerintah.

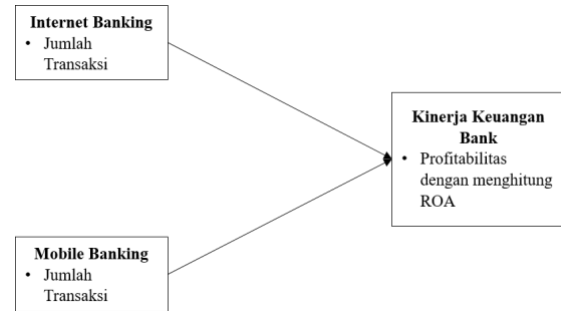
Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/1/PBI/2011 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum, penilaian tingkat kesehatan dan kinerja bank mencakup penilaian terhadap faktor-faktor profil risiko (*risk profile*), *good corporate governance* (GCG), rentabilitas (*earnings*) dan permodalan (*capital*). Rentabilitas (*Earning*). Rentabilitas (*Earning*) adalah alat analisis untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan profitabilitas yang diperoleh bank (Kasmir, 2010). Penilaian terhadap faktor rentabilitas meliputi kinerja *earnings*, sumber-sumber *earnings*, dan *sustainability earnings* bank. Adapun indikator rentabilitas (*earnings*) yang biasa digunakan untuk menilai tingkat kesehatan dan kinerja bank yaitu *return on asset* dan *net interest margin*.

Kinerja profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Kinerja profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. *Return On Asset (ROA)* merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja profitabilitas bank. *Return On Asset* menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. ROA dapat dihitung dengan rumus berikut.

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

Rumus Return On Asset (Fahmi, 2017)

Semakin besar nilai ROA suatu perusahaan maka semakin efisien penggunaan aktiva, dapat juga dikatakan jumlah aktiva yang sama bisa menghasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya (Sudana, 2019). Pergerakan ROA juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah *interest based income* dan *fee based income*. Saat *interest based income* (pendapatan bung) dan *fee based income* (pendapatan non bunga) meningkat, maka nilai ROA juga akan meningkat (Bintari et al. 2019; Priyatmoko, 2014). Dengan asumsi semakin tinggi jumlah transaksi *internet banking* dan *mobile banking* maka semakin tinggi pula *return on assetnya*, maka paradigma penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Paradigma Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan paradigma penelitian, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut ini.

- H1: Terdapat pengaruh penggunaan *internet banking* terhadap profitabilitas bank
 H2: Terdapat pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap profitabilitas bank
 H3: Terdapat pengaruh penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap profitabilitas bank

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen keuangan khususnya mengenai pengaruh penggunaan internet banking dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan. Penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini meliputi variabel independen yang terdiri dari *internet banking* dan *mobile banking* serta variabel dependen yaitu Kinerja Keuangan Bank. Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah 39 perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data, baik laporan keuangan maupun jumlah transaksi menggunakan *internet banking* dan *mobile banking* yang tercatat pada tahun 2014-2019. Pendekatan penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis metode penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Dalam penelitian ini, kinerja keuangan yang akan diteliti yaitu kinerja keuangan pada sisi rentabilitas/profitabilitas dengan menggunakan indikator RAO (*Return on Asset*), dimana rumus ROA adalah $\frac{\text{net income}}{\text{total asset}} \times 100\%$. Kartikasari dan Wahyuati (dalam Hamdani *et al.*, 2018) mengemukakan bahwa penggunaan ROA dalam pengukuran kinerja keuangan dapat memperhitungkan semua aset yang digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis perusahaan secara eksplisit. Adapun indikator pada *internet banking* dan *mobile banking* merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mwangi (2013) dan Khitaka (2014) yaitu dengan menghitung jumlah transaksi yang melalui *internet banking* dan *mobile banking*. Saat ini layanan perbankan menjadi sebuah kebutuhan masyarakat, terutama transaksi perbankan yang telah menjadi sebuah keharusan. Perkembangan dan kemajuan teknologi membawa perubahan pada perilaku nasabah dan evolusi inovasi teknologi dalam layanan bank yang cepat, mudah, serta aman. Menurut Anindyntha (2016), sumber pendapatan bank adalah pendapatan bunga (*interest income*) dan pendapatan non bunga (*fee based income*). Transfer merupakan salah satu dari beberapa produk jasa perbankan yang menghasilkan *fee based income* (Kustina & Dewi, 2016).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber sekunder, dimana data didapatkan melalui laporan keuangan perusahaan sektor perbankan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data panel berupa data keuangan, serta data jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* dalam rentang waktu tahun 2014-2019. Data panel merupakan penggabungan data *cross section* dan *time*

series. Teknik *sampling* yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus. (Siyoto & Sodik, 2015; Sugiyono, 2017). Alasan pemilihan teknik sampel dengan menggunakan *Purposive Sampling* yaitu karena tidak semua anggota populasi memiliki kriteria yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria perusahaan sektor perbankan menurut teknik *purposive sampling* yang terpilih dijadikan sampel penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	39
2	Tersedia laporan keuangan tahunan 2014-2019 di <i>website</i> resmi perusahaan	37
3	Tersedia data laporan penggunaan <i>internet banking</i> dan <i>mobile banking</i> pada laporan keuangan tahunan 2014-2019, yang terdiri dari jumlah <i>user</i> dan jumlah transaksi dengan rinci	4

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut dapat diperoleh sampel sebanyak empat perusahaan sektor perbankan. Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Sampel Penelitian

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	B-MEGA	PT Bank Mega Tbk
2	B-BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
3	B-HNBN	PT Bank KEB Hana Indonesia
4	B-BRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari sumber sekunder, yaitu berupa dokumen laporan keuangan bank dan data-data lain yang berkaitan dengan penelitian, diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan dari alamat *website* resmi bank yang menjadi sampel.

Analisis regresi digunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena. Analisis regresi berganda (Muhidin & Abdurahman, 2017) digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Adapun Analisis pengujian hipotesis pada penelitian ini akan menggunakan aplikasi atau program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan *internet banking* dan penggunaan *mobile banking* dengan menggunakan indikator jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* periode 2014 sampai dengan 2019. Sedangkan kinerja keuangan menggunakan indikator profitabilitas yang diukur menggunakan *return on asset* (ROA).

Data pada Gambar 4. dapat menunjukkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. terus mengalami peningkatan jumlah transaksi *internet banking* dari tahun 2014 sampai dengan 2019 dibandingkan dengan PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., dan PT. Bank KEB Hana Indonesia. Sedangkan jumlah transaksi *internet banking* terendah sepanjang periode 2014 sampai dengan 2019 dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia. Adapun tingkat pertumbuhan jumlah transaksi *internet banking* tertinggi sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dan PT. Bank KEB Hana

Indonesia. Pertumbuhan jumlah transaksi *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memiliki nilai tertinggi dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 dan tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 dibandingkan dengan tiga perusahaan perbankan lainnya.

Bank	2014		2015		2016	
	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%
PT. Bank Mega Tbk.	439.867	6,00	562.826	27,95	714.169	25,30
PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	10.500.000	37,10	12.300.000	17,14	13.900.000	13,40
PT. Bank KEB Hana Indonesia	334.804	0,00	508.700	51,90	176.111	-65,40
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	57.400.000	140,40	119.500.000	108,20	219.100.000	83,35
Rata-rata	17.168.668	45,88	33.217.882	51,30	58.472.570	14,16
Maksimal	57.400.000	140,40	119.500.000	108,20	219.100.000	83,35
Minimal	334.804	0,00	508.700	17,14	176.111	-65,40

Bank	2017		2018		2019	
	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%
PT. Bank Mega Tbk.	766.943	7,40	884.129	15,30	837.576	5,30
PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	15.800.000	13,60	18.800.000	18,75	19.800.000	5,26
PT. Bank KEB Hana Indonesia	253.965	44,20	365.095	43,80	482.663	32,20
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	311.500.000	42,18	574.900.000	84,46	1.169.400.000	103,41
Rata-rata	82.080.227	26,85	148.737.306	40,58	297.630.060	36,54
Maksimal	311.500.000	44,20	574.900.000	84,46	1.169.400.000	103,41
Minimal	253.965	7,40	365.095	15,30	482.663	5,26

Sumber: *Annual Report* 2014-2019

Gambar 4. Tabel Penggunaan Internet Banking

Tahun 2014 jumlah transaksi *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. mencapai 57.400.000 transaksi dengan pertumbuhan sebesar 140,40% dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah transaksi *internet banking* terendah dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia yaitu sebesar 334.804 transaksi. Hal tersebut dikarenakan layanan *internet banking* PT. Bank KEB Hana Indonesia tergolong layanan baru yang diluncurkan pada tahun 2013. Berbeda dengan layanan *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. yang telah diluncurkan sejak 2009.

Di tahun 2015, pertumbuhan jumlah transaksi *internet banking* tertinggi dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sebesar 108,20% dari 57.400.000 transaksi menjadi 119.500.000 transaksi. Di

tahun yang sama, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. meluncurkan pengembangan *new internet banking* untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi dengan multi-rekening yang meliputi tabungan Simpedes, Giro, dan BritAma serta menambahkan fitur keamanan *single token* untuk setiap transaksi transfer yang dikirim melalui SMS kepada nasabah. Sedangkan jumlah transaksi *internet banking* terendah di tahun 2015 dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia yaitu sebesar 508.700 transaksi dan pertumbuhan jumlah transaksi terendah dimiliki oleh PT. Bank CIMB Niaga Tbk. yaitu sebesar 17,14%.

Di tahun 2016, jumlah transaksi *internet banking* tertinggi dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yaitu sebesar 219.100.000 transaksi dan dengan pertumbuhan jumlah transaksi sebesar 83,35% lebih besar dibandingkan tiga perusahaan perbankan lainnya. Di tahun yang sama, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menghadirkan fitur pembayaran baru pada layanan *internet banking* yang meliputi fitur pembayaran Pajak DKI, Pelindo 4, *Employment Permit System-Test of Proficiency in Korea* (EPS-TOPIK), SPP UnSoed, TV Transvision, dan Pupuk Indonesia. Sedangkan jumlah transaksi *internet banking* terendah di tahun 2016 dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia yaitu 176.111 transaksi dengan penurunan sebesar 65,40% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan PT. Bank KEB Hana Indonesia sedang melakukan pengembangan *information technology* (IT) termasuk layanan *internet banking*.

Sepanjang tahun 2017 dan 2018, jumlah transaksi *internet banking* tertinggi dari empat perusahaan perbankan yang menjadi subjek dalam penelitian ini dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dengan jumlah masing-masing secara berurutan sebesar 311.500.000 transaksi dan 574.900.000 transaksi. Sedangkan jumlah transaksi *internet*

banking terendah pada tahun 2017 dan 2018 dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia dengan jumlah masing-masing secara berurutan sebesar 253.965 transaksi dan 365.095 transaksi. Adapun PT. Bank Mega Tbk. sepanjang tahun 2017 dan 2018 memiliki pertumbuhan jumlah *internet banking* terendah dibandingkan tiga perusahaan perbankan lainnya dengan nilai pertumbuhan masing-masing secara berurutan sebesar 7,40% dan 15,30%.

Sepanjang tahun 2019, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. mengalami jumlah transaksi *internet banking* tertinggi dibandingkan tiga perusahaan perbankan lainnya yaitu sebesar 1.169.400.000 transaksi dengan pertumbuhan sebesar 103,41% dari tahun sebelumnya. Di tahun yang sama, untuk lebih memudahkan nasabah mengakses *internet banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. meluncurkan aplikasi keuangan digital terbaru bernama BRImo. BRImo merupakan platform digital produk-produk transaksi keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., baik berupa transaksi keuangan *internet banking* maupun *mobile banking*. Adapun jumlah transaksi *internet banking* terendah di tahun 2019 dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia yaitu sebesar 482.663 transaksi dengan pertumbuhan 32,30% dari tahun sebelumnya.

Dari Gambar 4. dapat disimpulkan juga bahwa sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 dilihat dari rata-rata jumlah transaksi *internet banking* menunjukkan perkembangan penggunaan *internet banking* PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., PT. Bank KEB Hana Indonesia, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Rata-rata jumlah transaksi *internet banking* tertinggi yaitu terjadi pada tahun 2019 sebesar 297.630.060 transaksi dengan pertumbuhan sebesar 36,54% dari semua subjek penelitian. Sedangkan di tahun 2014 rata-rata jumlah *transaksi internet*

banking memiliki nilai terendah yaitu 17.168.668 transaksi dengan rata-rata pertumbuhan jumlah transaksi sebesar 45,88%.

Penggunaan *mobile banking* pada Gambar 5 dapat dilihat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. terus mengalami pertumbuhan transaksi *mobile banking* terendah di tahun 2014, 2018, dan 2019 dibandingkan dengan PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., dan PT. Bank KEB Hana Indonesia. Meskipun memiliki tingkat pertumbuhan jumlah transaksi *mobile banking* terendah, namun jumlah transaksi *mobile banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memiliki jumlah transaksi tertinggi dari tahun 2014 sampai dengan 2019 dibandingkan dengan tiga bank lainnya. Sedangkan PT. Bank KEB Hana Indonesia memiliki jumlah transaksi *mobile banking* terendah sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 dibandingkan dengan tiga perusahaan perbankan lainnya.

Bank	2014		2015		2016	
	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%
PT. Bank Mega Tbk.	557.443	266,10	782.862	40,44	1.076.369	37,50
PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	3.100.000	46,10	4.400.000	41,93	9.800.000	121,80
PT. Bank KEB Hana Indonesia	130.335	237,00	529.326	306,13	130.525	-75,34
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	151.500.000	56,20	164.900.000	25,60	219.500.000	33,11
Rata-rata	38.821.945	151,35	42.653.047	103,53	57.626.724	29,27
Maksimal	151.500.000	266,10	164.900.000	306,13	219.500.000	121,80
Minimal	130.335	46,10	529.326	25,60	130.525	-75,34

Bank	2017		2018		2019	
	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%	Jumlah Transaksi	%
PT. Bank Mega Tbk.	1.589.764	47,70	2.489.774	56,60	3.619.127	45,40
PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	10.600.000	9,00	15.400.000	44,93	37.700.000	144,60
PT. Bank KEB Hana Indonesia	443.072	239,45	772.465	74,34	1.142.054	47,84
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	277.400.000	26,37	317.600.000	14,49	370.500.000	16,66
Rata-rata	72.508.209	80,63	84.065.560	47,59	103.240.295	63,63
Maksimal	277.400.000	239,45	317.600.000	74,34	370.500.000	144,60
Minimal	443.072	9,00	772.465	14,49	1.142.054	16,66

Sumber: Annual Report 2014-2019

Gambar 5. Tabel Penggunaan Mobile Banking

Di tahun 2014 dan 2015 jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi dari empat perusahaan perbankan yang menjadi subjek dalam penelitian ini dimiliki oleh PT. Bank

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dengan jumlah masing-masing secara berurutan sebesar 151.500,000 transaksi dan 164.900.000 transaksi. Sedangkan jumlah transaksi *mobile banking* terendah dimiliki oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia dengan jumlah masing-masing secara berurutan sebesar 130.335 transaksi dan 529.326 transaksi. Adapun rata-rata jumlah transaksi *mobile banking* pada tahun 2014 dan 2015 secara berurutan sebesar 38.821.945 transaksi dan 42.653.047 transaksi.

Sepanjang tahun 2016, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memiliki jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi dibandingkan dengan tiga perusahaan perbankan lainnya yaitu sebesar 219.500.000 transaksi dengan pertumbuhan jumlah transaksi mencapai 33,11% dari tahun sebelumnya. Untuk mendukung gaya hidup nasabah dan juga meningkatkan kerja sama dengan *merchant*, di tahun 2016 PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menambahkan fitur-fitur baru pada aplikasi *mobile banking* yang meliputi *top-up* Gopay, *info poin*, *mobile cash*, dan lainnya. Berbeda dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memiliki jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi, PT. Bank KEB Hana Indonesia pada tahun 2016 mengalami penurunan jumlah transaksi *mobile banking* yaitu sebesar 75,34% dari 529.326 transaksi menjadi 130.525 transaksi. Hal tersebut dikarenakan PT. Bank KEB Hana Indonesia sedang melakukan pengembangan *information technology* (IT) termasuk layanan *internet banking* dan *mobile banking*.

Di tahun 2017, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. kembali mengalami jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi dibandingkan tiga perusahaan perbankan lainnya. Layanan *mobile banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. mengalami pengembangan di tahun 2017 yang kemudian dikenal menjadi New BRI Mobile. Pengembangan New BRI Mobile

menggunakan platform MADP (*Mobile Application Development Platform*) dengan penambahan fitur antara lain pembukaan rekening Tabungan Britama secara *online*, penggunaan teknologi *Near Field Communication* untuk mendukung *top-up* uang elektronik, dan *pay bay QR*. Pengembangan layanan *mobile banking* tersebut dilakukan untuk meningkatkan *customer experience* dengan menghadirkan tampilan dan fitur-fitur baru pada New BRI Mobile.

Di tahun 2018 PT. Bank KEB Hana Indonesia memiliki tingkat pertumbuhan jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi dari ketiga perusahaan perbankan lainnya yaitu sebesar 74,34% dari 443.072 transaksi menjadi 772.465 transaksi. Pertumbuhan jumlah transaksi tersebut dikarenakan pada tahun 2018 PT. Bank KEB Hana Indonesia memperkenalkan fitur *Cardless Withdrawal*, yaitu fitur untuk memudahkan nasabah melakukan penarikan uang melalui ATM Bank KEB Hana dengan menggunakan aplikasi MyHana Mobile Banking di *smartphone*. Sedangkan di tahun 2019, tingkat pertumbuhan transaksi *mobile banking* tertinggi dari ketiga perusahaan perbankan lainnya dimiliki oleh PT. Bank CIMB Niaga Tbk. Pada tahun yang sama, PT. Bank CIMB Niaga Tbk. melakukan pengembangan dimana nasabah dapat melakukan pembukaan rekening baru melalui layanan *mobile banking* Go Mobile. PT. Bank CIMB Niaga Tbk. juga memperkenalkan fitur-fitur baru pada layanan Go Mobile yang meliputi tarik dan setor tunai tanpa kartu, *top-up e-wallet* (seperti GoPay, OVO, Dana, Linkaja!, dan lainnya), *real-time discount* menggunakan transaksi QR, transaksi terjadwal, dan fitur-fitur lainnya.

Sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019, jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi terjadi di tahun 2019 yaitu sebesar 370.500.000 transaksi dimana perusahaan perbankan yang mengalami jumlah transaksi

tertinggi tersebut yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sedangkan tingkat pertumbuhan jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi terjadi di tahun 2015 yaitu sebesar 306,13% dimana perusahaan perbankan yang mengalami pertumbuhan tertinggi tersebut yaitu PT. Bank KEB Hana Indonesia. Dari Gambar 5. dapat disimpulkan juga bahwa sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 dilihat dari rata-rata jumlah transaksi *mobile banking* menunjukkan perkembangan penggunaan *mobile banking* PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., PT. Bank KEB Hana Indonesia, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Adapun rata-rata jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi yaitu pada tahun 2019 sebesar 103.240.295 transaksi dengan pertumbuhan sebesar 63.63% dari semua subjek penelitian. Sedangkan di tahun 2014 rata-rata jumlah transaksi *mobile banking* memiliki nilai terendah yaitu 38.821.945 transaksi dengan rata-rata pertumbuhan jumlah transaksi sebesar 151,35%. Tabel 3 menunjukkan perkembangan *return on asset* tahun 2014-2019 (dalam persen).

Tabel 3. Perkembangan Return on Asset Tahun 2014-2019 (dalam persen)

No.	Bank	2014	2015	2016
1	PT. Bank Mega Tbk.	1,16	1,97	2,36
2	PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	1,44	0,24	1,20
3	PT. Bank KEB Hana Indonesia	2,22	2,34	2,77
4	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	4,73	4,19	3,84
	Rata-rata	2,39	2,19	2,54
	Maksimal	4,73	4,19	3,84
	Minimal	1,16	0,24	1,20
No.	Bank	2017	2018	2019
1	PT. Bank Mega Tbk.	2,24	2,47	2,90
2	PT. Bank CIMB Niaga Tbk.	1,70	1,85	1,86
3	PT. Bank KEB Hana Indonesia	2,69	1,74	1,54

4	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	3,69	3,68	3,50
	Rata-rata	2,58	2,44	2,45
	Maksimal	3,69	3,68	3,50
	Minimal	1,70	1,74	1,54

Sumber: Annual Report 2014-2019

Nilai ROA PT. Bank Mega Tbk. dan PT. Bank CIMB Niaga Tbk. mengalami fluktuasi yang cenderung meningkat di tahun 2014 sampai dengan tahun 2019. Sedangkan nilai ROA PT. Bank KEB Hana Indonesia dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. mengalami fluktuasi yang cenderung menurun di tahun 2014 sampai dengan tahun 2019. Sehingga dapat disimpulkan terdapat dua perusahaan sektor perbankan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang mengalami peningkatan nilai ROA dan dua perusahaan yang mengalami penurunan nilai ROA di tahun 2014 sampai dengan tahun 2019. Dari Tabel 3 dapat disimpulkan juga bahwa sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 bahwa rata-rata nilai ROA perusahaan perbankan yang meliputi PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., PT. Bank KEB Hana Indonesia, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. cenderung meningkat dari tahun ke tahun.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas pada Gambar 6. di bawah menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflasi Factor*) antara jumlah transaksi *intenet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* sebesar 4,130. Sedangkan nilai signifikan yang digunakan dalam uji ini yaitu sebesar 5,00. Dengan demikian, nilai VIF 4,130 < 5,00 yang artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.924	.169			11.372	.000		
	Jumlah_Transaksi_IB_(X1)	-2.900E-9	.000	-.683	-.2465	.022	.242	.242	4.130
	Jumlah_Transaksi_MB_(X2)	1.208E-8	.000	1.299	4.691	.000	.242	.242	4.130

a. Dependent Variable: ROA_(Y)

Gambar 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari Uji Heteroskedastisitas yang menggunakan metode Glejser pada Gambar 7. di bawah menunjukkan nilai signifikan jumlah transaksi *internet banking* sebesar 0,503 dan nilai signifikan jumlah transaksi *mobile banking* sebesar 0,638. Sedangkan nilai signifikan yang digunakan dalam uji ini yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian, nilai signifikan kedua variabel independen > 0,05 yang artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.554	.091			6.105	.000
	Jumlah_Transaksi_IB_(X1)	-4.154E-10	.000	-.299	-.682	.503	.503
	Jumlah_Transaksi_MB_(X2)	6.595E-10	.000	.209	.477	.638	.638

a. Dependent Variable: Abs_Res

Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi pada Gambar 8. di bawah menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,120. Dengan demikian nilai DW terletak diantara -2,00 sampai 2,00 yang artinya tidak ada autokorelasi (Juliandi et al. 2014).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.781 ^a	.610	.573	.70498	1.120

a. Predictors: (Constant), Jumlah_Transaksi_MB_(X2), Jumlah_Transaksi_IB_(X1)
b. Dependent Variable: ROA_(Y)

Gambar 8. Hasil Uji Autokorelasi

Interpretasi Model Persamaan

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis, maka tahap terakhir

pada regresi berganda yaitu melakukan interpretasi terhadap model yang terbentuk. Menurut Sakti (2018), interpretasi model terhadap koefisien regresi meliputi besaran dan tanda.

Berdasarkan Gambar 9. dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi berganda pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

$$Y = 1,924 - (2,800)X_1 + (1,208)X_2 + \varepsilon$$

atau

$$ROA = 1,924 - (2,800)IB + (1,208)MB + \varepsilon$$

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.924	.169		11.372	.000		
	Jumlah_Transaksi_IB_(X1)	-2.800E-9	.000	-.683	-2.465	.022	.242	4.130
	Jumlah_Transaksi_MB_(X2)	1.208E-9	.000	1.299	4.691	.000	.242	4.130

a. Dependent Variable: ROA_(Y)

Gambar 9. Persamaan Model Regresi Berganda

Berdasarkan persamaan regresi berganda yang telah terbentuk, dapat dilakukan interpretasi model yang memiliki makna sebagai berikut.

1. Konstanta (a) sebesar 1,924 dan bernilai positif. Artinya jika jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* bernilai 0 (nol) di dalam model regresi, maka nilai ROA yang dihasilkan sebesar nilai konstanta yaitu 1,924.
2. Koefisien regresi jumlah transaksi *internet banking* sebesar 2,800 dan bernilai negatif. Artinya jika jumlah transaksi *internet banking* meningkat 1 satuan, maka akan menurunkan nilai ROA sebesar 2,800 dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol).
3. Koefisien jumlah transaksi *mobile banking* sebesar 1,208 dan bernilai positif. Artinya jika jumlah transaksi *mobile banking* meingkat 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai ROA sebesar 1,208 dengan asumsi variabel lain bernilai nol.

Uji Simultan (Uji F)

Pada Gambar 10. diperoleh nilai Fhitung sebesar 16,407 dan nilai Ftabel sebesar 3,44 dengan tingkat Signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya Fhitung $>$ Ftabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah transaksi internet banking dan jumlah transaksi mobile banking secara simultan berpengaruh terhadap ROA bank. Sehingga menerima H3 yaitu variabel internet banking dan mobile banking secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap profitabilitas bank.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.309	2	8.154	16.407	.000 ^b
	Residual	10.437	21	.497		
	Total	26.746	23			

a. Dependent Variable: ROA_(Y)

b. Predictors: (Constant), Jumlah_Transaksi_MB_(X2), Jumlah_Transaksi_IB_(X1)

Gambar 10. Hasil Uji F

Koefisien Determinasi (Uji R)

Pada Gambar 11. diperoleh nilai Adjusted R-square sebesar 0,61 (61%) mengandung arti bahwa variabel profitabilitas bank dapat dijelaskan oleh variabel internet banking dan variabel mobile banking sebesar 61%, sedangkan sisanya ($100\% - 61\% = 39\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.781 ^a	.610	.573	.70498	1.120

a. Predictors: (Constant), Jumlah_Transaksi_MB_(X2), Jumlah_Transaksi_IB_(X1)

b. Dependent Variable: ROA_(Y)

Gambar 11. Hasil Koefisien Determinasi

Uji Parsial (Uji t)

Pada Gambar 12. diperoleh nilai signifikan jumlah transaksi *internet banking* sebesar $0,022 < 0,05$ sehingga menerima H1 yaitu variabel *internet banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel profitabilitas bank. Dapat dikatakan bahwa jumlah transaksi *internet banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA bank.

Begitu juga dengan nilai signifikan jumlah transaksi *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga menerima H2 yaitu variabel *mobile banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel profitabilitas bank. Dapat dikatakan bahwa jumlah transaksi *mobile banking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap ROA bank.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.924	.169		11.372	.000		
	Jumlah_Transaksi_IB_(X1)	-2.800E-9	.000	-.683	-2.465	.022	.242	4.130
	Jumlah_Transaksi_MB_(X2)	1.208E-9	.000	1.299	4.691	.000	.242	4.130

a. Dependent Variable: ROA_(Y)

Gambar 12. Hasil Uji t

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* perusahaan perbankan yang meliputi PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., PT. Bank KEB Hana Indonesia, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019 menunjukkan perkembangan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* empat perusahaan perbankan tersebut yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Begitu juga dengan profitabilitas empat perusahaan perbankan tersebut menunjukkan perkembangan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai *return on asset* yang cenderung mengalami peningkatan sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019.

Adapun variabel *internet banking* dan *mobile banking* dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,407 > 3,44$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya variabel *internet banking* dan *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel *internet*

banking dan *mobile banking* bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas bank. Hasil koefisien Determinasi (uji R) diperoleh nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,61 (61%) mengandung arti bahwa variabel profitabilitas bank dapat dijelaskan oleh variabel *internet banking* dan variabel *mobile banking* sebesar 61%, sedangkan sisanya ($100\% - 61\% = 39\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Variabel *internet banking* berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,465 dengan nilai signifikan sebesar $0,022 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *internet banking* terhadap profitabilitas bank pada periode 2014-2019. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar -2,800 artinya *internet banking* mempunyai pengaruh sebesar 2,8% terhadap penurunan profitabilitas bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif & Masdupi (2020) tentang Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kinerja Perbankan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai koefisien *internet banking* sebesar -0,034 dan nilai signifikan pada $0,580 > 0,05$ yang artinya *internet banking* berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja perbankan. Diduga penyebabnya karena biaya yang berhubungan dengan layanan *internet banking* seperti infrastruktur, pemeliharaan, dan sumber daya manusia yang membutuhkan biaya lebih besar dibandingkan pendapatan dari layanan *internet banking* itu sendiri.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah transaksi *internet banking* memiliki koefisien negatif yang artinya penggunaan *internet banking* berpengaruh pada penurunan profitabilitas bank. Untuk mengatasi masalah tersebut, perusahaan perbankan dapat melakukan pengembangan fitur-fitur baru pada layanan *internet banking* seperti fitur pembayaran, transfer, *top-up e-wallet*, dan fitur-fitur lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan untuk

meningkatkan *fee based income* yang didapatkan oleh bank sehingga dapat meningkatkan profitabilitas pada bank tersebut. Perusahaan perbankan juga harus aktif melakukan promosi dan sosialisasi untuk meningkatkan daya tarik nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* sehingga dapat mendatangkan keuntungan bagi bank.

Adapun variabel *mobile banking* berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,691 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *mobile banking* terhadap profitabilitas bank pada periode 2014-2019. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 1,208 artinya *mobile banking* mempunyai pengaruh sebesar 1,2% terhadap profitabilitas bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mwangi (2013) tentang *The Impact of Mobile Banking on Financial Performance of Commercial Banks in Kenya* dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai koefisien jumlah transaksi *mobile banking* sebesar 2329,247 dan nilai signifikan 0,05 yang artinya jumlah transaksi *mobile banking* berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja bank.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan bank dari tahun 2014 sampai dengan 2019 pada empat perusahaan perbankan yang meliputi PT. Bank Mega Tbk., PT. Bank CIMB Niaga Tbk., PT. Bank KEB Hana Indonesia, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. melalui analisis deskriptif dan verifikatif, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Secara keseluruhan bahwa perkembangan penggunaan *internet banking* dan penggunaan

mobile banking sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 menunjukkan perkembangan yang baik dimana jumlah transaksi *internet banking* maupun jumlah transaksi *mobile banking* yang terus mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat juga dari rata-rata jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* yang cenderung meningkat sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019. Dilihat dari jumlah transaksi dari kedua layanan *elektronik banking* tersebut, sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 layanan *internet banking* lebih banyak digunakan dibandingkan layanan *mobile banking* yang dikarenakan layanan *internet banking* lebih dahulu diperkenalkan kepada nasabah dibandingkan dengan layanan *mobile banking* yang kehadirannya relatif masih baru.

Sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019 perkembangan kinerja keuangan bank menunjukkan perkembangan yang baik dimana rata-rata nilai *return on asset* (ROA) bank yang cenderung meningkat. Peningkatan nilai ROA tersebut disebabkan oleh meningkatnya profitabilitas dan aset perusahaan perbankan. Peningkatan profitabilitas cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan jumlah aset perusahaan perbankan sepanjang tahun 2014 sampai dengan 2019. Perkembangan ROA mengalami penurunan terendah di tahun 2015, sedangkan perkembangan ROA tertinggi terjadi di tahun 2017.

Hasil uji regresi berganda variabel *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan bank menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara jumlah transaksi *internet banking* dan jumlah transaksi *mobile banking* secara simultan dan parsial terhadap nilai *return on asset* bank. Pada penelitian ini ditemukan bahwa nilai koefisien regresi *internet banking* sebesar -2,800 artinya

internet banking mempunyai pengaruh sebesar 2,8% terhadap penurunan profitabilitas bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif & Masdupi (2020), diduga penyebabnya karena biaya yang berhubungan dengan layanan internet banking lebih besar dibandingkan pendapatan dari layanan internet banking itu sendiri. Adapun nilai koefisien regresi *mobile banking* sebesar 1,208 artinya *mobile banking* mempunyai pengaruh sebesar 1,2% terhadap profitabilitas bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mwange (2013), dimana *mobile banking* memiliki pengaruh pada peningkatan profitabilitas.

Saran bagi perusahaan perbankan yaitu perusahaan perbankan harus melakukan pengembangan fitur-fitur baru pada layanan *internet banking* yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan untuk meningkatkan *fee based income* yang didapatkan oleh bank. Sehingga dapat meningkatkan profitabilitas pada bank tersebut. Perusahaan perbankan juga harus aktif melakukan promosi dan sosialisasi untuk meningkatkan daya tarik nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* sehingga dapat mendatangkan keuntungan bagi bank tersebut.

Saran bagi peneliti yang akan meneliti mengenai *internet banking* dan *mobile banking* untuk menambahkan beberapa indikator untuk diukur seperti jumlah pengguna (*user*) dan volume transaksi. Adapun pemilihan sampel sebaiknya tidak hanya terbatas pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) saja, melainkan dapat menggunakan perusahaan perbankan di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Anindynta, F. A. (2016). Analisis Faktor

Pengaruh Pendapatan Bank Berdasarkan Interest Income dan Fee Based Income (Studi Pada Bank Persero 2005-2014). *Jurnal Imiah*.

Arif, M., & Masdupi, E. (2020). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 598–614.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10435>

Barasa, C., Obura, W., & Anyira, F. A. (2017). Effect of Internet Banking On Financial Performance of Commercial Banks in Kisumu City- Kenya. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(10), 904–913.

<https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.10.6>

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(Mei), 24–34.

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.

Fahmi, I. (2017). *Analisis Kinerja Keuangan* (4th ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.

Fitria, I., & Khalifaturofi'ah, S. O. (2020). *The Influence of Financial Innovation and Financial Ratios on The Financial Performance of The Banking Sector*.

Hamdani, Wahyuni, N., Amin, A., & Sulfitra. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 2(2), 62–73.

- Harahap, B. A., Idham, P. B., Kusuma, A. C. M., & Rakhman, R. N. (2017). *Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter dan Makroekonomi*.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (F. Zulkarnain, Ed.). Retrieved from <https://play.google.com/store/books/details?id=0X-rBAAAQBAJ>
- Jumingan, D. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khitaka, E. (2014). *The Effect of Mobile Banking on Financial Performance of Commercial Banks in Kenya*.
- Kombe, S. K., & Wafula, M. K. (2015). *Effects of Internet Banking on the Financial Performance of Commercial Banks in Kenya a Case of Kenya Commercial Bank*. 5(5), 1–10.
- Kustina, K. T., & Dewi, I.G.A.A, O. (2016). Pengaruh Fee Based Income Terhadap Perubahan Laba Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada 10 Bank dengan Laba Terbesar di Indonesia). *Jurnal Akuntansi Ekonomi*, 6(1).
- Mahboub, R. M. (2018). *The Impact of Information and Communication Technology Investments on the Performance of Lebanese Banks*. XXI(4), 435–458.
- Maslakah, S. (2020). *Pengaruh Efisiensi Biaya, Inovasi Keuangan dan GCG Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Tahun 2009-2018*.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)* (3rd ed.). Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Mwange, J. A. (2013). *The Impact of Mobile Banking on Financial Performance of Commercial Banks in Kenya*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-Electronic Banking*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id>
- Priyatmoko, W. D. (2014). *Pengaruh Pendapatan Bunga Kredit dan Pendapatan Non Bunga (Fee Based Income) Terhadap Kinerja Keuangan Bank (Return On Asset)*.
- Sakti, I. (2018). *Analisis Regresi Data Panel Menggunakan Eviews*. Jakarta Barat: Universitas Esa Unggul.
- Sastiono, P., & Nuryakin, C. (2019). *Inklusi Keuangan Melalui Program Layanan Keuangan Digital dan Laku Pandai Financial Inclusion : Case Study of LKD and Laku Pandai Program Pendahuluan*. 19(2), 242–262.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.; Ayup, Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- 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. Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/%0ASeiring>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sutarti, Syakhroza, A., Diyanty, V., & Dewo, S. A. (2019). Pengaruh Adopsi Inovasi Teknologi E-Banking Terhadap Kinerja dengan Efektivitas Pengendalian Intern

Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 16(1).