

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Salah satu dampak utama dari digitalisasi di bidang ini adalah pergeseran dari layanan perbankan konvensional menuju layanan berbasis digital, seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS). Perubahan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional bank, tetapi juga membuka peluang baru dalam menciptakan sumber pendapatan melalui fee-based income. Fee-based income mencakup pendapatan dari komisi, biaya layanan, dan aktivitas non-bunga lainnya yang menjadi salah satu pilar penting dalam menjaga stabilitas keuangan bank.

Di Indonesia, tren adopsi digital banking terus meningkat sejak tahun 2019, terutama dengan adanya pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang mempercepat transisi masyarakat ke layanan digital. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa volume dan nilai transaksi digital banking mengalami pertumbuhan eksponensial selama periode ini. Hal ini memberikan peluang bagi Bank Umum dan Bank Syariah untuk meningkatkan pendapatan dari transaksi digital. Namun, ada perbedaan mendasar antara kedua jenis bank ini dalam hal strategi dan fokus operasionalnya. Bank Umum cenderung lebih agresif dalam mengembangkan layanan digital, sementara Bank Syariah menghadapi tantangan tambahan untuk memastikan layanan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kenaikan stabilitas ekonomi di Indonesia melibatkan peran perbankan sebagai lembaga pemegang sektor riil (Qolby, 2013). Termaktub pada Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 mengenai perbankan, definisi mengenai Bank diartikan sebagai lembaga perusahaan dimana masyarakat dapat menyimpan uang mereka yang nantinya berwujud tabungan dan

memanifestasikannya lagi kepada masyarakat atau nasabah dalam bentuk pembiayaan dengan tujuan menaikkan kualitas hidup masyarakat (Act of the Republic of Indonesia, 1998).

Maka dari itu, sumber utama pendapatan perbankan dilihat dari pengertiannya merupakan pendapatan bunga. Sebagai lembaga *financial intermediary* bagi pihak penyedia dana dan penerima dana. Kaitan antara pendapatan bunga dengan pemberian pinjaman sangat erat hubungannya (Robertho & Wibowo, 2018).

Tetapi, industri perbankan di seluruh dunia baru-baru ini mengalami kesulitan yang signifikan dengan menyebabkan pendapatan bunga tidak stabil (Yegon & Githaiga, 2019). Kesulitan-kesulitan ini termasuk peningkatan pada kredit macet, peraturan yang cukup selektif, dan kemajuan teknologi finansial yang baru terjadi pada era modern ini (Gololo, 2018). Oleh karenanya, bank harus mencari sumber penghasilan alternatif selain mengandalkan dari bunga kredit. Jika ditangani dengan benar, sumber pendapatan non-bunga dapat memberikan keuntungan bagi bank. Sebesar 40% dari total pendapatan berasal dari sumber selain bunga (Yegon & Githaiga, 2019).

Akibatnya, ketika pendapatan kredit rendah, pendapatan ini membantu menjaga keuangan bank tetap stabil. Pendapatan berbasis biaya, yaitu uang yang diterima sebab pemberian layanan yang diberikan, adalah bentuk pendapatan selain bunga. Oleh sebab itu, bank selayaknya dapat menawarkan ketepatan layanan dengan preferensi serta permintaan nasabah.

Sektor jasa keuangan termasuk industri perbankan merespon hal tersebut sebagai perkembangan yang positif. Saat ini orang berpikir bagaimana transaksi tanpa harus datang ke bank secara langsung. Berangkat dari hal ini perbankan melihat potensi dan peluang yang dapat meningkatkan minat bagi calon nasabah dengan memberikan layanan sesuai kebutuhan nasabah guna meningkatkan loyalitas nasabah (Kholis, 2018).



Sumber: E-Marketer dan APJII Tahun 2025

Grafik 1.1.

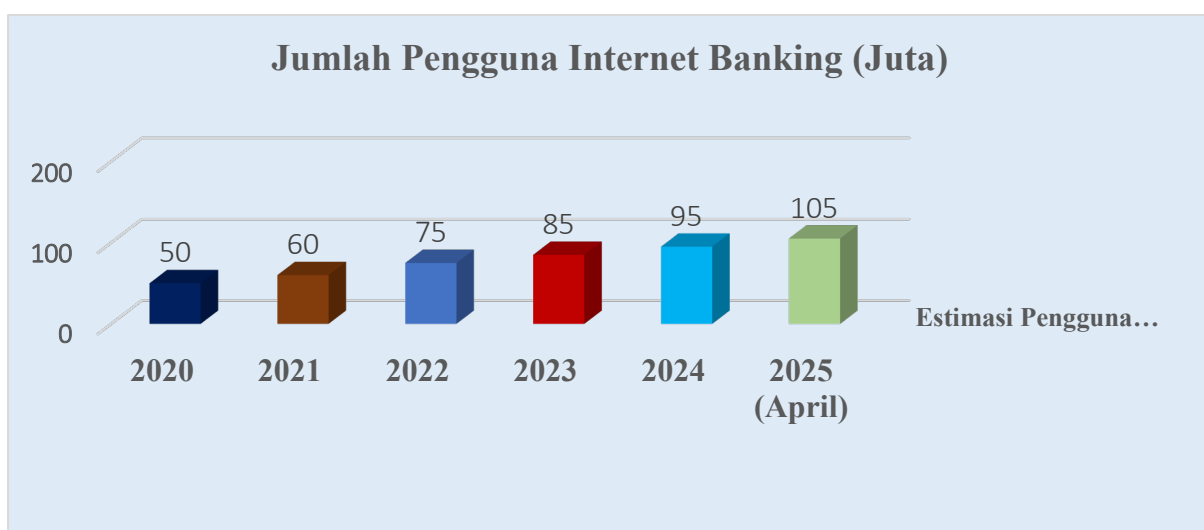
Jumlah Pengguna Smart Phone Di Indonesia Tahun 2020-2025 (Juni)

Dalam Grafik 1.1. dapat dilihat perkembangan penggunaan Smart Phone yang senantiasa mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Pengguna tahun 2020 sebesar 159 Juta orang dan naik menjadi 187,6 Juta orang atau naik sebesar 17,99 persen. Kondisi kenaikan pengguna smart phone terus meningkat, di tahun 2022 menjadi 187,7 Juta atau naik sebesar 0,05 persen. Hal ini juga terjadi di tahun 2023 menjadi 190 Juta Orang atau naik sebesar 1,23 persen. Pada tahun 2024 menjadi 194 Juta Orang atau naik sebesar 2,11 persen serta tahun 2025 di bulan Juni sudah mencapai 187,7 Juta pengguna.

Dengan fitur-fitur yang dimiliki dan dapat dengan mudah dilakukan oleh smartphone membantu masyarakat melakukan transaksi di rumah saja. Ini mengakibatkan perkembangan industri perbankan dan keuangan untuk menerapkan fasilitas transaksi keuangan yang bisa dilakukan dimana saja. Dalam melakukan peningkatan mutu operasional ini disebut dengan *digital banking*. Bank digital memungkinkan nasabah dengan pelayanan berupa akses perbankan sendiri mulai dari transfer, pembayaran, pembelian, *top up*, hingga penarikan yang diawasi oleh OJK. (Fatimah & Hendratmi, 2020)

Meski demikian, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana transaksi *digital banking* memengaruhi *fee-based income* di kedua jenis bank tersebut dalam konteks Indonesia. Padahal, pemahaman tentang pengaruh ini sangat penting untuk membantu bank merumuskan strategi pengembangan layanan digital yang optimal, sekaligus memberikan kontribusi pada stabilitas dan pertumbuhan sektor perbankan nasional. Transformasi digital yang semakin merambah di industri keuangan, maka dikembangkanlah *digital banking*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan pada peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Bank digital merupakan sebuah fasilitas yang disediakan bank dengan memanfaatkan teknologi yang diawasi langsung oleh bank, sebagai wujud mengoptimalkan pelayanan yang efisien dan hemat waktu dan mengutamakan kenyamanan dan transaksi yang aman. (Otoritas Jasa Keuangan, 2018b).

Peraturan lain juga diatur dalam Peraturan Perbankan Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial mempertimbangkan bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi akan semakin berinovasi, terutama dalam bidang teknologi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan manusia dengan memanfaatkan kemudahan akses layanan finansial. (Bank Indonesia, 2017)



Sumber: E-Marketer dan APJII Tahun 2025

Grafik 1.2.

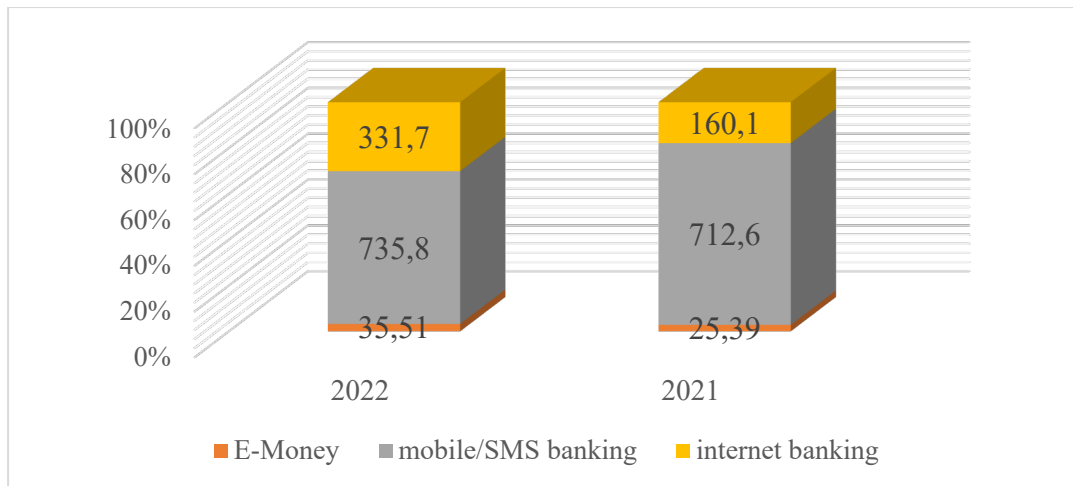
Jumlah Pengguna Internet Banking Di Indonesia Tahun 2020-2025 (April)

Dari data Grafik 1.2 menunjukkan trend yang sangat positif dalam penggunaan Internet Banking di Indonesia dari tahun 2020 sampai 2025. Rata-rata kenaikan diatas 20 sampai 25 persen ditahun 2020 dan 2021. *Mobile banking (m-banking dan SMS Banking)*, biasa disingkat dengan *m-banking*, adalah layanan berwujud aplikasi yang dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi. Jasa *mobile banking* mempunyai produk-produk seperti, *mobile phone banking*, SMS dan lain-lain.

Layanan *SMS banking* adalah transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun dengan menggunakan ponsel. *SMS banking* merupakan fasilitas layanan perbankan yang memudahkan isi ulang pulsa, transfer hingga bayar tagihan kartu kredit.

Program perbankan digital diterapkan dengan baik oleh perbankan di Indonesia, tujuan inovasi ini yang paling utama tentunya karena kebutuhan konsumen. Bank syariah sekarang ini mulai telah memasarkan produk dengan memakai sistem bank digital. Selain itu, pintu terbuka mengenai inovasi ini juga diterima baik oleh nasabah. Melalui survei yang dilakukan McKinsey & Company (2019), ini menyatakan bahwa selama tiga tahun terakhir ini pertumbuhan penggunaan perbankan digital meningkat sebanyak dua kali lipat dilihat dari kacamata pasar Asia berkembang lainnya. Terhitung 55% pelanggan non digital mengatakan kemungkinan besar menggunakan perbankan digital di enam bulan berikutnya; ini adalah angka tertinggi kedua untuk negara manapun di Asia berkembang, setelahnya Myanmar (Barquin et al., 2019).

Layanan *digital banking* merupakan bentuk luas dari layanan perbankan *online* atau *mobile banking*. Bank Indonesia mulai mengenal *internet banking, mobile, SMS banking* yang merupakan bentuk layanan perbankan secara elektronik dn melalui media internet. Dengan adanya fitur tersebut antara bank dan nasabah memperoleh keuntungan, bagi bank akan menghemat waktu operasional dan bagi nasabah waktu dan energi untuk pergi ke bank juga minim (Fitria & Munawar, 2021).



Sumber : Bank Indonesia, 2022

Grafik 1.3

Nilai Transaksi Belanja E-Money, Mobile Banking dan Internet Banking tahun 2021-2022 di Indonesia (Dalam Trilyun Rupiah)

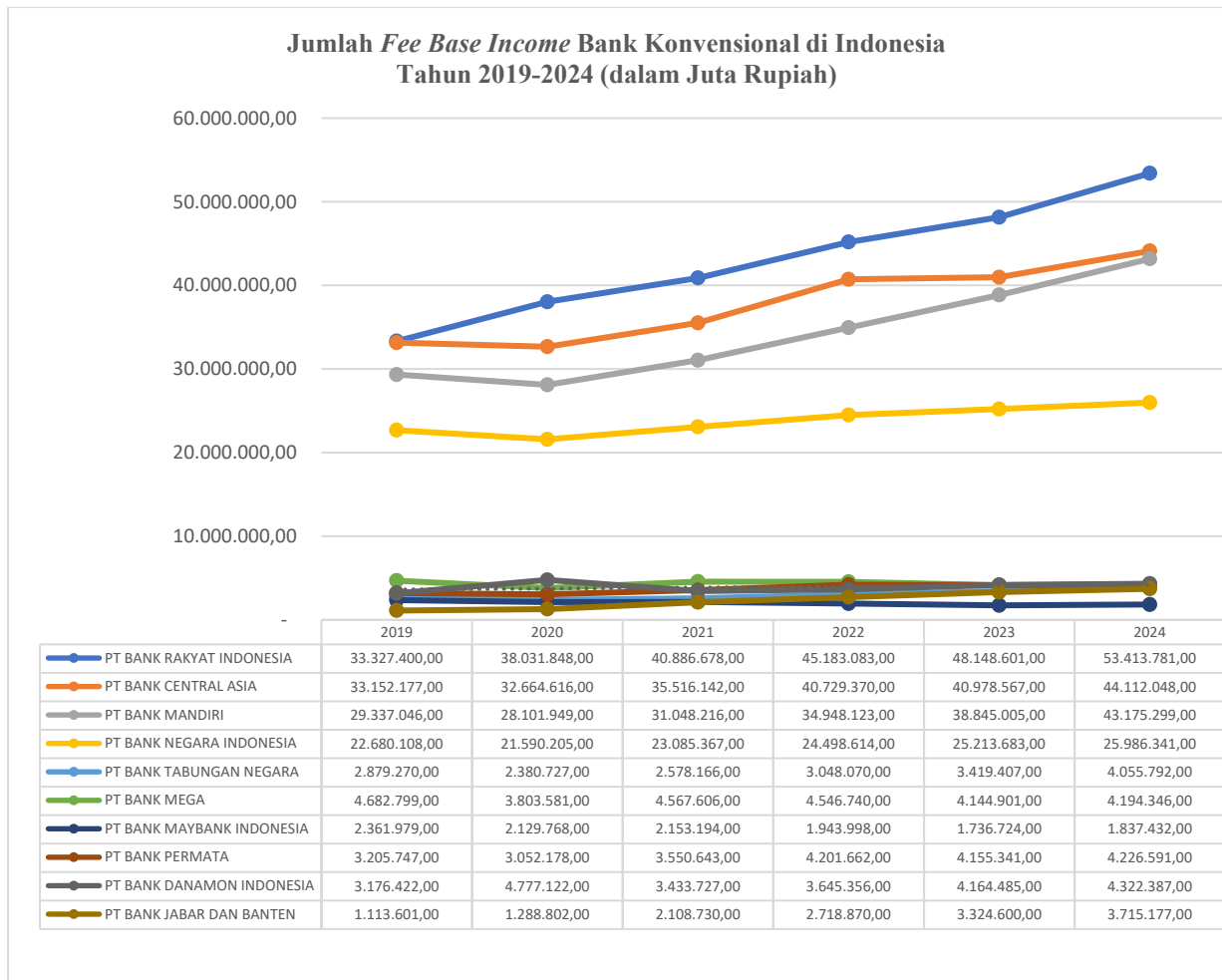
Data statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Bank Indonesia melaporkan nilai transaksi belanja uang elektronik pada Juli 2022 sebesar Rp.35,51 triliun jumlah tersebut meningkat 9,22% jika dibandingkan pada bulan sebelumnya sebanyak Rp.32,51 triliun. Nilai transaksi ini juga masih lebih tinggi dibandingkan setahun sebelumnya pada juli 2021, uang elektronik tertulis sebanyak Rp.25,39 triliun transaksi. Pada nilai transaksi *mobile/SMS banking* pada tahun 2022 di bulan oktober mengalami peningkatan Rp. 735,8 triliun dari Rp.712,6 triliun pada periode sebelumnya. Sedangkan internet banking volume transaksi oktober 2022 sebesar Rp. 331,7 triliun dari yang sebelumnya Rp.160,1 triliun (Bank Indonesia, 2022).

Peluang akan perekonomian modern di Indonesia kian berkembang. Dilansir dari cnbc tahun 2021 dalam kisaran 5 tahun terakhir nilai transaksi bank digital pada negara Indonesia berada pada tingkat puncak di wilayah ASEAN dengan perolehan 44 miliar US, dan akan terus meningkat sampai tahun 2025 (Fernando, 2021). Pada tahun yang sama *We Are Social* dan *Hootsuite* menyatakan bahwa pada 2021 terjadi peluang penetrasi internet karena dominasi

milennial, gen Z dan seterusnya dan pola perilaku masyarakat soal digital yang makin intens (Dewan Komisioner OJK, 2021).

Terdapat aspek pendukung transformasi digital perbankan, yakni *digital opportunity*, *digital behavior*, *digital transaction*. Potensi ini didukung oleh berbagai potensi lain berupa wilayah, kepemilikan *smartphone* dan adanya jual beli *online*. Mayoritas diatas 70% penduduk berada pada usia produktif, akibatnya kebiasaan akan digital ini dapat dijadikan kesempatan berharga bank dalam memasarkan produk dalam konteks meningkatkan kepuasan nasabah (Dewan Komisioner OJK, 2021).

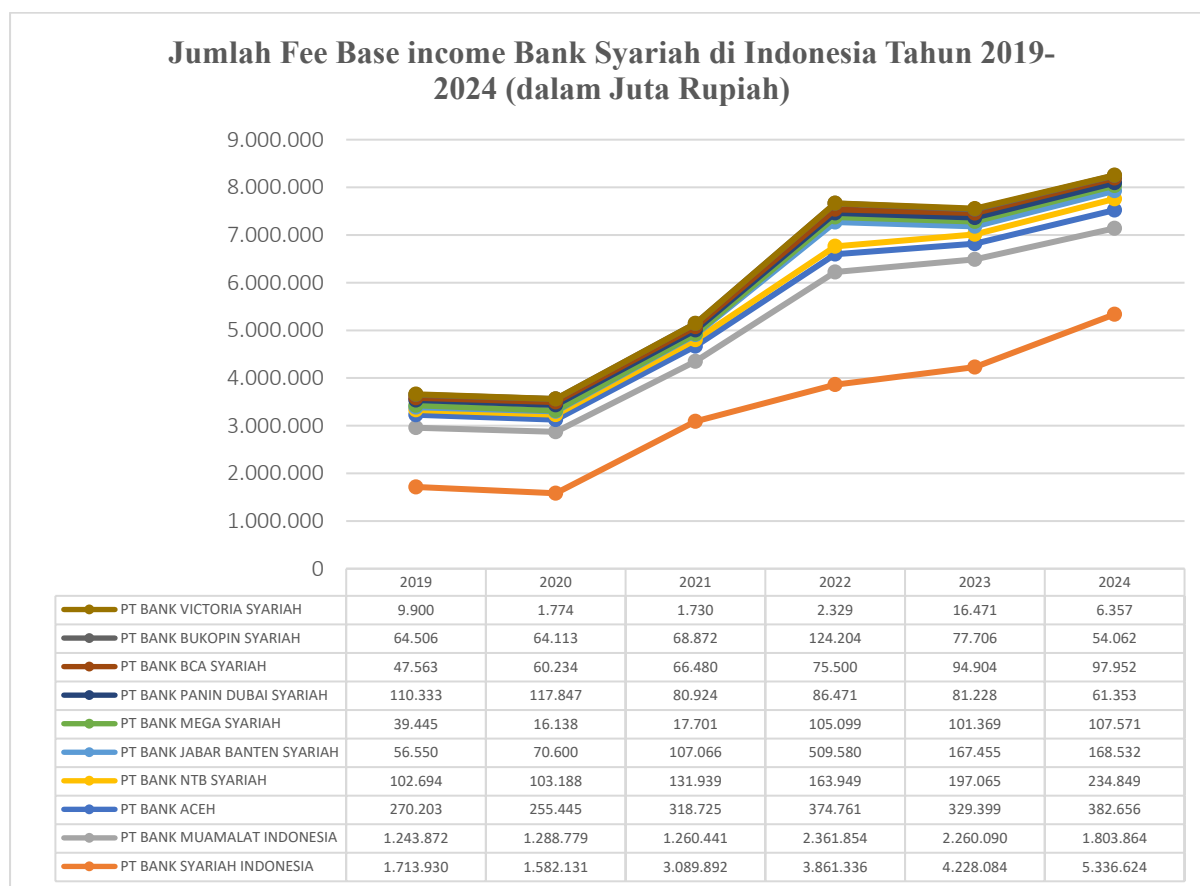
Dalam prakteknya, produk layanan seperti *top up e wallet* ini dikenakan beban administrasi ketika nasabah melakukan isi saldo maupun pembayaran. Nominal uang administrasi yang ditanggungkan kepada pengguna bermacam-macam besarnya tergantung penggunaannya. Maka hal ini dapat menambah pendapatan perbankan pada pendapatan jasa-jasa lainnya. Pendapatan ini disebut dengan *fee based income* (pendapatan bukan bunga). *Fee based income* adalah pendapatan yang diperoleh atas pemberian layanan jasa transaksi oleh bank kepada nasabah. Pendapatan diluar pendapatan bunga ini sedang ditingkatkan di kalangan perbankan syariah. Hal ini ditujukan sebagai bentuk antisipasi apabila terjadi turunnya keuntungan yang disebabkan oleh proyeksi suku bunga pada tahun berikutnya. Bentuk dari alternatif yang bisa dilakukan ialah pendapatan diluar pendapatan bunga .



Sumber ; Laporan Tahunan OJK Tahun 2025, diolah

Grafik 1.4
Jumlah Fee Base Income Bank Konvensional di Indonesia Tahun 2019-2024

Informasi yang diberikan dalam Grafik 1.4 menunjukkan Bank Rakyat Indonesia memiliki pendapatan *Fee Base Income* tertinggi Rp. 33,327 Trilyun di tahun 2019 dan Tahun 2024 meningkat sebesar Rp. 53,413 Trilyun. Di peringkat kedua Bank Central Asia yang memiliki nilai Rp. 33, 152 Trilyun di tahun 2019 dan Rp. 44,112 Trilyun di tahun 2024. Diposisi ketiga Bank Mandiri dengan nilai Rp. 29,337 Trilyun di tahun 2019 sedangkan di tahun 2024 memiliki nilai Rp.43,175 Trilyun.



Sumber ; Laporan Tahunan OJK Tahun 2025, diolah

Grafik 1.5
Jumlah Fee Base Income Bank Syariah di Indonesia Tahun 2019-2024

Informasi yang diberikan dalam Grafik 1.5 menunjukkan Bank Syariah Indonesia memiliki pendapatan *Fee Base Income* tertinggi Rp. 1,713 Trilyun di tahun 2019 dan Tahun 2024 meningkat sebesar Rp. 5,336 Trilyun. Di peringkat kedua Bank Muamalat Indonesia yang memiliki nilai Rp. 1,243 Trilyun di tahun 2019 dan Rp. 1,803 Trilyun di tahun 2024. Diposisi ketiga Bank Aceh dengan nilai Rp. 270 Milyar di tahun 2019 sedangkan di tahun 2024 memiliki nilai Rp.382 Milyar.

Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan Widayat et al., (2020) menginvestigasi alasan nasabah mengadopsi uang elektronik dengan berbagai fenomena. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi diantaranya digitalisasi perbankan dengan

menyediakan *mobile banking*. Remaja Indonesia cenderung mengikuti arus digitalisasi, alhasil terciptanya *mobile banking* ini berdampak pada pertambahan tingkat pendapatan non bunga dengan nominal lebih besar.

Menurut (Riyanti & Tambunan, 2020) menyatakan bahwa *m-banking* menyumbang peran dalam meningkatkan profitabilitas bank. Tentunya beban operasional dan pengeluaran dana dapat diminimkan sehingga secara parsial dapat meningkatkan probabilitasnya. *Fee based income* dalam hal ini tidak dipasarkan langsung oleh bank, namun bank lebih fokus pada pendapatan bunga sehingga tidak adanya hubungan signifikan antara *fee based income* dan tingkat profitabilitas.

Hal ini berbeda dengan penelitian Sherlita dan Murti (2020) menyatakan bahwa variabel *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap *fee based income*. Hasil uji statistik menunjukkan adanya koefisien negatif pada variabel ini. Hal ini dikarenakan pengaruh persebaran internet di Indonesia yang belum menyebar rata serta tingginya biaya pengembangan aplikasi *mobile banking*. Sehingga kondisi ini menyebabkan sebagian bank terkendala dalam membuat *mobile banking* dan layanannya.

Penelitian (Imamah & Ayu Safira, 2021) menyatakan bahwa hasil analisisnya antara *mobile banking* belum nampak dampaknya terhadap profit bank. Meskipun demikian partisipasinya dengan rasio profit terlihat namun belum signifikan, sebab diindikasikan pemanfaatan layanan ini belum maksimal dan merata. Serta pendapatan layanan *mobile banking* lebih rendah dari pendapatan bunga karena beban pemeliharaannya dianggap cukup besar sehingga mempengaruhi keuntungan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab pertanyaan: sejauh mana transaksi digital banking memengaruhi fee-based income Bank Umum dan Bank Syariah di Indonesia? Dengan mengambil periode 2021 hingga 2024, penelitian ini juga akan memberikan gambaran

tentang dinamika perubahan sebelum, selama, dan setelah pandemi COVID-19, serta dampaknya terhadap pendapatan bank dari layanan digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi bank dalam menyusun strategi digitalisasi yang lebih efektif, serta manfaat akademis dalam memperkaya literatur terkait digital banking dan fee-based income, khususnya di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah transaksi digital banking (E-Money dan Mobile Banking), serta Dana Pihak Ketiga berpengaruh terhadap *Fee Based Income* Bank Umum Konvensional di Indonesia dari tahun 2021-2024?
2. Apakah transaksi Digital Banking (E-Money, dan Mobile Banking), serta Dana Pihak Ketiga berpengaruh terhadap *Fee Based Income* Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2021-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh transaksi *digital banking (E-Money dan Mobile Banking)*, serta Dana Pihak Ketiga terhadap *Fee Based Income* Bank Umum di Indonesia dari tahun 2021 sampai dengan 2024.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital banking (E-Money dan Mobile Banking)*, serta Dana Pihak Ketiga terhadap *Fee Based Income* Bank Syariah di Indonesia dari Tahun 2021 sampai dengan 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- **Bagi Bank Umum dan Bank Syariah:** Memberikan wawasan mengenai pengaruh transaksi digital banking terhadap fee based income dan strategi untuk meningkatkan pendapatan dari layanan digital.
- **Bagi Akademisi:** Memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait dengan pengaruh transaksi digital banking terhadap kinerja keuangan bank, khususnya dalam konteks bank umum dan bank syariah di Indonesia.
- **Bagi Pembuat Kebijakan:** Memberikan informasi mengenai peran transaksi digital banking dalam meningkatkan pendapatan fee based income yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam kebijakan perbankan umum dan syariah di Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada Sepuluh Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah yang ada di Indonesia yang telah mengadopsi transaksi digital banking. Data yang digunakan mencakup transaksi digital banking dan fee based income dari laporan tahunan bank selama periode 2021 sampai dengan 2024.