

Analisis Inovasi Produk Layanan (*E-Banking*) Terhadap Peningkatan *Fee Base Income* Pada Pt. Bank NTB Syariah

Muhammad Isa Ansyary¹, Hardian Reza Dharmayanda², Dedy Dharmawansyah³

^{1,2,3}Universitas Teknologi Sumbawa

Article Info	Abstract
<p>Article history: Received: 18 Januari 2022 Publish : 01 Maret 2022</p>	<p>Along with the times, science and technology have developed so rapidly, one of which is digital technology, where digital technology has entered all lines of human life, even this digital technology is able to influence human life and habits where the presence of digital technology provides convenience to the public to complete their work quickly, easily and efficiently and effectively by using electronic features. The development of this technology is also used by the banking world in addition to improving services but also to increase profitability by making innovations to E-Banking products. This study was conducted to determine and analyze the effect of product service innovation (E-Banking) on the increase in Fee Base Income at PT. Bank NTB Syariah. Data analysis was carried out by quantitative analysis using the Structural Equation Modeling method. The results showed that the development and innovation carried out on the features of the E-Banking service product of PT. Bank NTB Syariah has an effect on increasing the number of transactions so that it has an effect on increasing the income of each E-Banking service product. This increase in service product income (E-Banking) has an effect on increasing the Fee Base Income of PT. Bank NTB Syariah. The results also show that Mobile Banking Income has a significant effect with a P-Value value of 0.002 and a path coefficient value of 0.434, while ATM income has a positive but not significant effect with a P-Value value of 0.122 and a path coefficient value of 0.182. And EDC income has a significant but negative effect with a path coefficient value of -0.253 and a P-Value value of 0.049.</p>
<p>Keywords: Inovasi, <i>E-Banking</i>, <i>Fee Base Income</i>.</p>	<p>ABSTRACT</p> <p>Seiring dengan perkembangan jaman, ilmu pengetahuan dan teknologipun mengalami perkembangan yang begitu pesat, salah satunya adalah teknologi digital, dimana teknologi digital ini sudah masuk ke segala lini kehidupan manusia, teknologi digital inipun mampu mempengaruhi kehidupan dan kebiasaan manusia dimana dengan hadirnya teknologi digital ini memberi kemudahan kepada masyarakat untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat, mudah dan efisien serta efektif dengan menggunakan fitur elektronik. Perkembangan teknologi ini juga dimanfaatkan oleh dunia perbankan selain untuk meningkatkan pelayanan namun juga untuk meningkatkan profitabilitas dengan melakukan inovasi-inovasi terhadap produk <i>E-Banking</i>. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh inovasi produk layanan (<i>E-Banking</i>) terhadap peningkatan <i>Fee Base Income</i> pada PT. Bank NTB Syariah. Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif menggunakan metode <i>Structural Equation Modeling</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan dan inovasi yang dilakukan pada fitur-fitur produk layanan <i>E-Banking</i> PT. Bank NTB Syariah berpengaruh terhadap peningkatan jumlah transaksi sehingga berpengaruh pada peningkatan pendapatan masing-masing produk layanan E-Banking. Peningkatan pendapatan produk layanan (<i>E-Banking</i>) ini berpengaruh terhadap peningkatan <i>Fee Base Income</i> PT. Bank NTB Syariah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Pendapatan Mobile Banking berpengaruh secara signifikan dengan nilai P-Value sebesar 0,002 dan nilai koefisien jalur sebesar 0,434, sedangkan Pendapatan ATM berpengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai P-Value sebesar 0,122 dan nilai koefisien jalur sebesar 0,182. Dan Pendapatan EDC berpengaruh signifikan tetapi negatif dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,253 dan nilai P-Value sebesar 0,049</p> <p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p>
<p>Info Artikel</p> <p>Article history: Diterima: 18 Januari 2022 Terbit: 01 Maret 2022</p>	



Corresponding Author:**Muhammad Isa Ansyary**

Teknologi Lingkungan dan Mineral, Universitas Teknologi Sumbawa

Email: isa.ansyary@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Menurut (Kasmir, 2008) perbankan sebagai salah satu agen pembangunan (*agent of development*) dalam kehidupan bernegara berperan penting dalam perkembangan ekonomi nasional, karena salah satu fungsi utama dari perbankan sebagai lembaga intermediasi adalah berperan menerima dana dari pihak yang kelebihan dana, kemudian dana tersebut disalurkan kembali kepada pihak yang kekurangan dana, sesuai definisi bank itu sendiri yaitu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Salah satu produk jasa layanan perbankan, termasuk perbankan syariah adalah *Electronic Banking* atau yang lebih dikenal dengan istilah *E-Banking*. Pada umumnya produk layanan nasabah (*E-Banking*) yang dipasarkan oleh semua Bank sama, seperti *Mobile Banking*, *SMS Banking*, *Internet Banking*, *Phone Banking*, *EDC* serta *ATM*, yang berbeda adalah fitur-fitur yang ada dalam produk tersebut. Perkembangan teknologi ini pun dimanfaatkan oleh PT. Bank NTB Syariah untuk melakukan inovasi-inovasi fitur-fitur pada produk layanan yang dipasarkan (*Mobile Banking*, *SMS Banking*, *EDC* dan *ATM*) sehingga mampu bersaing dengan fitur-fitur produk layanan perbankan lainnya, baik skala regional maupun nasional. PT. Bank NTB Syariah terbilang baru dalam mengembangkan produk layanan (*E-Banking*) ini, namun manfaatnya sudah dirasakan baik oleh nasabah maupun PT. Bank NTB Syariah sendiri, terutama di era pandemi Covid 19 ini. Dalam prakteknya produk layanan ini ditarik biaya pada setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah, besaran biaya yang dibebankan kepada nasabah bervariasi bergantung pada jenis transaksi yang dilakukan, biaya yang dibayarkan oleh nasabah atas jasa produk layanan inilah yang disebut dengan "*Fee Base Income*". Atas dasar itulah penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk Layanan (*E-Banking*) Terhadap Peningkatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah. *Fee Base Income* adalah keuntungan yang di dapat dari transaksi yang diberikan dalam jasa-jasa bank lainnya. Istilah *Fee Based Income* menurut perbankan syariah adalah *ujrah* (upah). *Ujrah* terkait dengan keuntungan dari jasa-jasa perbankan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat (nasabah) guna memperlancar dan mengefisiensikan aktifitas ekonomi masyarakat. *Electronic Banking* atau yang lebih di kenal dengan *E-Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)/ Point of Sales (POS)*, *Internet Banking*, *SMS banking*, *Mobile Banking*, *e-commerce*, *phone banking*, dan *video banking* (www.ojk.go.id). Bagi bank, *E-Banking* dapat meningkatkan pendapatan berbasis komisi (*Fee Based Income*) dan mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik, dan lainnya (www.ojk.go.id). Untuk menarik minat nasabah agar terus bertransaksi menggunakan produk *E-Banking* nya, PT. Bank NTB Syariah terus melakukan pengembangan-pengembangan dan inovasi terhadap fitur-fitur yang ada pada produk *E-Banking* agar mampu bersaing dengan fitur-fitur *E-Banking* Bank lainnya.

2. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Siyoto, Sandu. Sodik, 2015). Data penelitian terdiri dari data primer dan

sekunder, data primer berupa informasi pengembangan dan inovasi fitur-fitur produk serta jumlah transaksi E-Banking PT. Bank NTB Syariah diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung dengan Divisi terkait yang ada di Kantor Pusat Bank NTB seperti Divisi Jaringan Kantor & E-channel, Divisi Dana dan Jasa serta Divisi Akuntansi Pelaporan Keuangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan cara observasi terhadap *Annual Report/Laporan Keuangan Bulanan NTB Syariah* yang diakses melalui www.bankntbsyariah.co.id. Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara dan observasi. Teknik wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait pengembangan dan inovasi pada fitur-fitur produk *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah serta untuk memperoleh data transaksi produk *E-Banking*. Sedangkan observasi dilakukan terhadap Laporan Keuangan Bulanan PT. Bank NTB Syariah tahun 2018-2020. Analisa data menggunakan teknik analisis kuantitatif yang terdiri analisis deskriptif dan analisis inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Siyoto, Sandu. Sodik, 2015), menjelaskan bahwa statistik inferensial adalah teknik pengolahan data yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan, berdasarkan hasil penelitiannya pada sejumlah sampel, terhadap suatu populasi yang lebih besar. Kesimpulan yang diharapkan dapat dibuat biasanya dinyatakan dalam suatu hipotesis. Oleh karena itu, analisis statistik inferensial juga bisa disebut analisis uji hipotesis. Analisis statistik inferensial yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa *Struktural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan software *WarpPLS*. Menurut Sholihin (2013), SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi dari variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan oleh variabel laten *predictor*. Dalam penelitian ini akan di analisis pengaruh transaksi-transaksi fitur-fitur *E-Banking* terhadap pendapatan masing-masing produk *E-Banking*, kemudian akan di analisis pengaruh pendapatan masing-masing produk *E-Banking* terhadap *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Produk *E-Banking* mempunyai beberapa fitur dimana masing-masing fitur memberi dampak/kontribusi masing-masing terhadap pendapatan setiap produk *E-Banking*. Sedangkan yang menjadi variabel *dependen* (*endogen*) atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas lainnya adalah pendapatan produk layanan *E-Banking* dan *Fee Base Income*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah serta untuk menghadapi persaingan dari Bank-bank lain, PT. Bank NTB Syariah terus melakukan inovasi-inovasi terkait dengan produknya, salah satunya adalah produk layanan *E-Banking*, produk layanan *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah dari tahun ketahun mengalami perkembangan dan perubahan baik dari jumlah produk maupun dari fitur-fitur yang ada pada masing-masing produk *E-Banking* itu sendiri.

1. Produk *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah

Berikut produk *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah hingga tahun 2020:

- ATM
- Mobile Banking
- SMS Banking
- Internet Banking
- EDC

2. Pengembangan Fitur Produk *E-Banking* PT. PT. Bank NTB Syariah

Demikian halnya dengan fitur-fitur yang ada pada produk *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah, yang selalu mengalami perubahan dan pengembangan dari tahun ke tahunnya agar menjadi lebih kompetitif sehingga mampu bersaing dengan fitur-fitur yang ada pada produk *E-Banking* bank-bank lain. Berikut produk *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah dengan fitur-

fiturnya:

a. ATM (*Automatic Teller Machine*)

Adapun fitur-fitur yang ada pada ATM PT. Bank NTB Syariah secara garis besar sebagai berikut:

1. Informasi
2. Penarikan Tunai
3. Transfer
4. Pembayaran
5. Pembelian

b. *Mobile Banking*

Berikut fitur-fitur yang ada pada *Mobile Banking* PT. Bank NTB Syariah:

1. Informasi
2. Transfer
3. Pembelian
4. Pembayaran

c. *SMS Banking*

Fitur-fitur yang ada pada *SMS Banking* PT. PT. Bank NTB Syariah lebih lengkap dibanding dengan produk *E-Banking* PT. Bank NTB Lainnya, adapun fitur-fiturnya sebagai berikut:

1. Informasi
2. Transfer
3. Pembelian
4. Pembayaran

d. *Internet Banking*

Fitur-fitur yang ada pada *Internet Banking* PT. PT. Bank NTB Syariah sebagai berikut:

- Transfer (Kliring dan RTGS)
- Cetak Rekening Koran
- Pemindahbukuan antar PT. Bank NTB Syariah

e. *Elektronik Data Capture (EDC)*

Fitur-fitur yang terdapat pada *Elektronik Data Capture (EDC)* tidak selengkap seperti yang ada pada fitur produk *E-Banking* lainnya, adapun fitur-fiturnya sebagai berikut:

1. Informasi Saldo
2. Pemindahbukuan antar rekening PT. Bank NTB Syariah
3. Transfer

Berikut pengembangan/inovasi yang dilakukan PT. PT. Bank NTB Syariah pada produk-produk *E-Banking* dari tahun 2018-2020.

a. ATM

Pengembangan dan inovasi terus dilakukan oleh PT. Bank NTB Syariah pada fitur-fitur yang ada pada ATM adalah sebagai berikut:

- Tahun 2018, PT. Bank NTB Syariah melakukan inovasi dengan menambah fitur baru untuk pembayaran PBB dan Indosat Paket Data.
- Pada tahun 2019 PT. Bank NTB Syariah kembali menambahkan fitur-fitur baru untuk memenuhi kebutuhan nasabah seperti Pembayaran Smartfren, Pembayaran Tagihan PLN, Pembayaran BPJS, Pembayaran MNC (*Indovision*, Oke Vision, Top Tv) dan ZISWAF (Zakat Baznas, Wakaf Al-Quran, Wakaf ACT, Wakaf BMH), Pembelian Voucher Smartfren, PLN Pra Bayar, Manual Advice PLN Prabayar
- PT. Bank NTB Syariah kembali mengembangkan fitur-fitur baru pada tahun 2020 seperti pembayaran *Tax Online* dan menambah limit transaksi pada fitur penarikan dan transfer.

b. *Mobile Banking*

Pengembangan dan inovasi yang dilakukan pada *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

- Tahun 2018 tidak ada pengembangan fitur yang dilakukan oleh PT. Bank NTB Syariah pada produk layanan *Mobile Banking*, namun pada tahun 2019 PT. Bank NTB Syariah melakukan banyak inovasi dan pengembangan fitur baru seperti, PLN Pra Bayar, Manual Advice PLN Prabayar, Pembelian *Voucher Smartfren*, Tax, Pembayaran Tagihan PLN, Pembayaran BPJS, Pembayaran PBB, Pembayaran MNC (Indovision, Oke Vision, Top Tv), ZISWAF (Zakat Baznas, Wakaf Al-Quran, Wakaf ACT, Wakaf BMH).
- Sedangkan di tahun 2020 tidak ada pengembangan fitur baru namun ada penambahan limit transfer pada fitur transfer, baik antar rekening PT. Bank NTB Syariah maupun ke rekening bank lain.

c. *Elektronik Data Capture (EDC)*

Tahun 2020 penambahan limit debit dan transfer

3. Pendapatan Produk E-Banking

Berikut pendapatan produk layanan *E-Banking* PT. Bank NTB Syariah dari tahun 2018-2020.

a. Pendapatan ATM

Pendapatan ATM dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 mengalami peningkatan yang signifikan, pendapatan terbesar di ATM berasal dari pendapatan transaksi *Withdrawal*/Tarik tunai, tahun 2018 transaksi *withdrawal*/Tarik tunai menyumbang pendapatan sebesar Rp. 2.031.794.670, - pada tahun 2018, Rp. 2.689.194.360, - ditahun 2019 sebesar 3.984.970.650, -. Tabel 4.1 dibawah ini menyajikan total pendapatan ATM dari tahun 2018-2020.

Tabel 1. Total Pendapatan ATM PT. Bank NTB Syariah Tahun 2018 2020

Tahun	Pendapatan Transaksi <i>Withdrawal</i>	Pendapatan Transaksi Transfer	Pendapatan Transaksi <i>Balance Inquiry</i>	Pendapatan <i>Bill Payment</i>	Total Pendapatan ATM
2018	2.031.794.670	1.477.308.280	468.262.390	48.834.000	4.026.199.340
2019	2.689.194.360	2.116.088.900	661.280.350	45.510.000	5.512.073.610
2020	3.948.970.650	3.038.499.740	1.038.757.860	44.280.000	8.070.508.250
Total	8.669.959.680	6.631.896.920	2.168.300.600	138.624.000	17.608.781.200

(Sumber: Data Transaksi *E-channel* PT. Bank NTB Syariah)

b. Pendapatan *Mobile Banking*

Mobile Banking mencatatkan peningkatan pendapatan dari tahun ke tahun nya, sebagaimana ditampilkan dalam tabel 4.2 berikut ini pendapatan *Mobile Banking* meningkat pada tahun 2019 menjadi Rp. 741.166.500, - dibanding tahun 2018 yang hanya sebesar Rp. 371.859.300, -. Pada tahun 2020 juga terjadi peningkatan yang sangat signifikan dibanding tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 1.465.839.400, -.

Pendapatan Transfer Ke Bank Lain memberi kontribusi lebih besar terhadap pendapatan *Mobile Banking* yaitu sebesar Rp. 2.150.363.200, - atau sebesar 83% dibanding Pendapatan *Bill Payment* yang hanya sebesar Rp.428.502.000, - atau 17%.

Tabel 2. Total Pendapatan *Mobile Banking* PT. Bank NTB Syariah Tahun 2018-2020

No	Tahun	Pendapatan Transaksi Transfer Ke Bank Lain	Pendapatan <i>Bill Payment</i>	Total Pendapatan <i>Mobile Banking</i>
1	2018	305,217,300	66,642,000	371,859,300
2	2019	626,142,500	115,024,000	741,166,500
3	2020	1,219,003,400	246,836,000	1,465,839,400
Grand Total		2,150,363,200	428,502,000	2,578,865,200

(Sumber: Data Transaksi *E-channel* Bank NTB Syariah)

c. Pendapatan EDC

Pendapatan *Electronic Data Capture* dalam kurun waktu 2018-2019 mengalami

peningkatan yang sangat signifikan sebagaimana dijelaskan pada tabel 4.3, dimana pendapatan pada tahun 2018 hanya sebesar Rp. 9.954.200 meningkat sangat signifikan pada tahun 2019 menjadi Rp. 90.566.140 dan pada tahun 2020 meningkat menjadi Rp. 331.402.500. Pendapatan dari Transaksi Debit memberi kontribusi paling besar terhadap pendapatan EDC yaitu sebesar Rp. 182.707.800, sedangkan Transaksi Cek Saldo dan Transaksi Transfer Eksternal masing-masing memberi kontribusi Rp.135.989.460, - dan Rp.113.225.580, -

Tabel 3 Total Pendapatan EDC PT. Bank NTB Syariah Tahun 2018 2020

No	Tahun	Pendapatan Transaksi Debit	Pendapatan Cek Saldo EDC	Pendapatan Transaksi Transfer Eksternal	Total Pendapatan EDC
1	2018	6,346,000	432,820	3,175,380	9,954,200
2	2019	47,902,800	19,619,020	23,044,320	90,566,140
3	2020	128,459,000	115,937,620	87,005,880	331,402,500
Grand Total		182,707,800	135,989,460	113,225,580	431,922,840

(Sumber: Data Transaksi E-channel PT. Bank NTB Syariah)

d. Pendapatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah

Pada tanggal 24 September 2018 PT. Bank NTB Syariah resmi melakukan konversi menjadi Bank Umum Syariah dimana mulai tanggal tersebut operasional PT. Bank NTB Syariah berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Hal ini menyebabkan pengakuan laba PT. Bank NTB Syariahpun mengalami perubahan, demikian halnya dengan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah. Pendapatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah pada tahun 2018 hanya sebesar Rp.8.230.000.000, -. Dalam penelitian ini, data pendapatan *Fee Base Income* digunakan adalah pendapatan *Fee Base Income* sebelum konversi (Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018) dengan jumlah pendapatan *Fee Base Income* sebesar Rp. 9.630.000.000,-, dan setelah konversi (September 2018-Desember 2018) dengan jumlah pendapatan *Fee Base Income* sebesar Rp. 8.230.000.000,- sampai dengan Desember 2020. Tabel 4.19 berikut menampilkan pendapatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah dari tahun 2018-2020. **Tabel 4.** Pendapatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah Tahun 2018-2020

No	Tahun	<i>Fee Base Income</i> PT. Bank NTB Syariah	Peningkatan
1	2018	17.860.000,000	
2	2019	43.158.000.000	25.298.000.000
3	2020	43.341.000.000	183.000.000
Total		104.359.000.00	25.481.000.000

(Sumber: Laporan Publikasi Bulanan PT. Bank NTB Syariah)

Sedangkan kontribusi masing-masing produk *E-Banking* terhadap Pendapatan *Fee Base Income* meningkat setiap tahunnya seperti yang disajikan pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 5. Kontribusi Pendapatan Produk *E-Banking* Terhadap *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah Tahun 2018-2020

Tahun	Pendapatan ATM	Pendapatan Mobile Banking	Pendapatan EDC
2018	4,026,199,340	371,859,300	9,954,200
2019	5,512,073,610	741,166,500	90,566,140
2020	8,070,508,250	1,465,839,400	331,402,500
Total	17,608,781,200	2,578,865,200	431,922,840

(Sumber: Data Transaksi E-channel PT. Bank NTB Syariah)

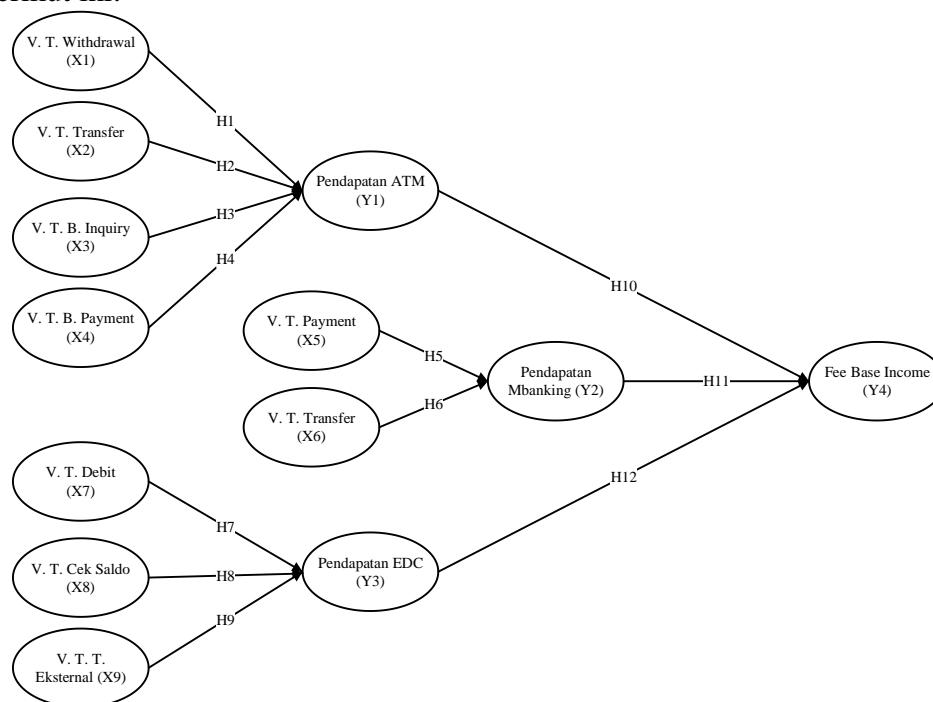
e. Variabel dan Model Penelitian

Variabel yang dilibatkan dalam proses analisis ini adalah 9 variabel eksogen dan 4 variabel endogen sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen:

- Volume Transaksi *Withdrawal* (X1)
 - Volume Transaksi *Transfer* (X2)
 - Volume Transaksi *Balance Inquiry* (X3)
 - Volume Transaksi *Bill Payment* (X4)
 - Volume Transaksi *Payment* (X5)
 - Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6)
 - Volume Transaksi Debit (X7)
 - Volume Transaksi Cek Saldo (X8)
 - Volume Transaksi *Transfer Eksternal* (X9)
2. Variabel Endogen:
- Total Pendapatan ATM (Y1)
 - Pendapatan *Mobile Banking* (Y2)
 - Total Pendapatan EDC (Y3)
 - Total Fee Base *Income* (Y4)

Secara umum hubungan antar variabel penelitian di ilustrasikan pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Ilustrasi Hubungan Antar Variabel

Dari gambar diatas dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Volume Transaksi *Withdrawal* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan ATM (Y1)
- H2 : Volume Transaksi *Transfer* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan ATM (Y1)
- H3 : Volume Transaksi *Balance Inquiry* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan ATM (Y1)
- H4 : Volume Transaksi *Bill Payment* (X4) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan ATM (Y1)
- H5 : Volume Transaksi *Payment* (X5) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan *Mobile Banking* (Y2)
- H6 : Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan *Mobile Banking* (Y2)
- H7 : Volume Transaksi Debit (X7) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan EDC (Y3)

- H8 : Volume Transaksi Cek Saldo (X8) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan EDC (Y3)
- H9 : Volume Transaksi Transfer Eksternal (X9) berpengaruh signifikan terhadap Total Pendapatan EDC (Y3)
- H10 : Total Pendapatan ATM (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Total *Fee Base Income* (Y4)
- H11 : Pendapatan *Mobile Banking* (Y2) berpengaruh signifikan terhadap Total *Fee Base Income* (Y4)
- H12 : Total Pendapatan EDC (Y3) berpengaruh signifikan terhadap Total *Fee Base Income* (Y4)

f. *Goodness of Fit (GoF)* Model Penelitian

Sebelum melakukan uji hipotesa, terlebih dahulu dilakukan *Goodness of fit* pada *inner model* untuk mengetahui indeks ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten. Tabel 4.6 berikut memperlihatkan hasil *Goodness of fit*.

Tabel 6. Tabel hasil uji *Goodness of fit*

No	Nama Uji	Kriteria Uji	Hasil Uji	Keputusan
1	<i>Average path coefficient</i>	Signifikan jika $P < 0,05$	APC = 0,325, $P = 0,008$	Signifikan
2	<i>Average R-squared</i>	Signifikan jika $P < 0,05$	ARS = 0,825, $P < 0,001$	Signifikan
3	<i>Average adjusted R-squared</i>	Signifikan jika $P < 0,05$	AARS = 0,809 $P < 0,001$	Signifikan
4	<i>Average block VIF</i>	Diterima jika $AVIF \leq 5$, ideal jika $AVIF \leq 3,3$	AVIF = 26,919	Tidak diterima
5	<i>Average full collinearity VIF</i>	Diterima jika $AFVIF \leq 5$, ideal jika $AFVIF \leq 3,3$	AFVIF = inf	Tidak diterima
6	<i>Tenenhaus GoF</i>	Kecil jika $GoF \geq 0,1$, medium jika $GoF \geq 0,25$, besar jika $GoF \geq 0,36$	GoF = 0,909	Large
7	<i>Sympson's paradox rasio</i>	Diterima jika $SPR \geq 0,7$, ideal jika $SPR = 1$	SPR = 917	Ideal
8	<i>R-squared contribution rasio</i>	Diterima jika $RSCR \geq 0,9$, ideal jika $RSCR = 1$	RSCR = 0,946	Ideal
9	<i>Statistikal suppression ratio</i>	Diterima jika $SSR \geq 0,7$	SSR = 1,000	Diterima
10	<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio</i>	Diterima jika $NLBCDR \geq 0,7$	NLBCDR = 1,000	Diterima

(Sumber: Hasil Uji Statistik Structural Equation Modeling)

Indeks tersebut diatas tidak harus terpenuhi semua. Apabila terdapat setidaknya satu indeks yang terpenuhi kriterianya, maka dapat dikatakan bahwa *inner model* sudah cukup baik. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa 8 indeks menunjukkan bahwa model penelitian ini cukup baik untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

g. Pengujian Hipotesis

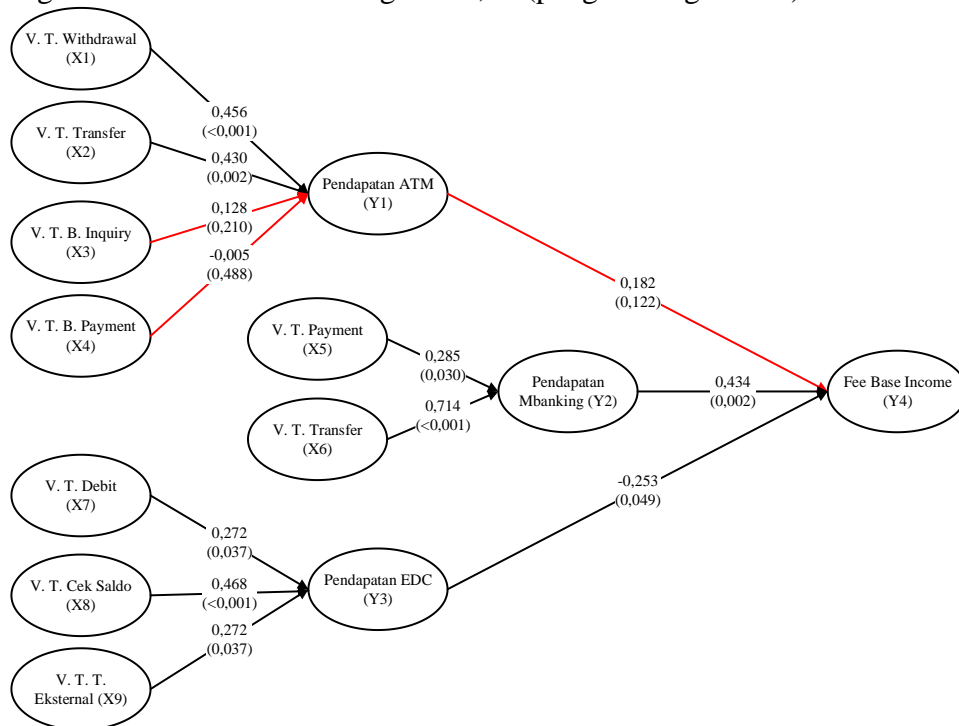
Penelitian ini menguji 12 hipotesis, berikut merupakan hasil analisis SEM pendekatan Software WarpPLS dari data input penelitian. Hasil analisis disajikan pada tabel 4.7, meliputi nilai koefisien jalur dan *P-Value* pada setiap jalur. Nilai koefisien jalur menunjukkan besar pengaruh variabel prediktor terhadap variabel respon. Sedangkan *P-Value* menunjukkan signifikansi setiap jalur. Nilai *P-Value* dibandingkan dengan taraf nyata 5% atau 0,05. Apabila *P-Value* bernilai kurang dari taraf nyata 5%, maka variabel prediktor berpengaruh signifikan terhadap variabel respon. Sebaliknya apabila *P-Value* bernilai lebih besar dari taraf nyata 5%, maka variabel prediktor tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel respon.

Tabel 7. Hasil Analisis SEM Koefisien Jalur dan P-Value

No	Variabel Prediktor	Variabel Respon	Koefisien Jalur	p-value	Kesimpulan
1	Volume Transaksi Withdrawal (X1)	Total Pendapatan ATM (Y1)	0.456	<0.001	Signifikan
2	Volume Transaksi Transfer (X2)	Total Pendapatan ATM (Y1)	0.430	0.002	Signifikan
3	Volume Transaksi Balance Inquiry (X3)	Total Pendapatan ATM (Y1)	0.128	0.210	Tidak Signifikan
4	Volume Transaksi Bill Payment (X4)	Total Pendapatan ATM (Y1)	-0.005	0.488	Tidak Signifikan
5	Volume Transaksi Payment (X5)	Pendapatan Mobile Banking	0.285	0.030	Signifikan
6	Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6)	Pendapatan Mobile Banking	0.714	<0.001	Signifikan
7	Volume Transaksi Debit (X7)	Total Pendapatan EDC (Y3)	0.272	0.037	Signifikan
8	Volume Transaksi Cek Saldo (X8)	Total Pendapatan EDC (Y3)	0.468	<0.001	Signifikan
9	Volume Transaksi Transfer Eksternal (X9)	Total Pendapatan EDC (Y3)	0.272	0.037	Signifikan
10	Total Pendapatan ATM (Y1)	Total Fee Base Income (Y4)	0.182	0.122	Signifikan
11	Pendapatan Mobile Banking (Y2)	Total Fee Base Income (Y4)	0.434	0.002	Signifikan
12	Total Pendapatan EDC (Y3)	Total Fee Base Income (Y4)	-0.253	0.049	Signifikan

Sumber: Output Analisis SEM

Tabel di atas dapat disajikan dalam bentuk grafik seperti pada gambar 2 dibawah ini. Angka pada garis hubungan antar variabel menunjukkan nilai koefisien jalur. Adapun garis hubungan antar variabel yang berwarna merah menunjukkan bahwa *P-Value* pada hubungan tersebut bernilai lebih besar dari 0,05 (pengaruh tidak signifikan), sedangkan garis hubungan antar variabel yang berwarna hitam menunjukkan bahwa *P-Value* pada hubungan tersebut bernilai kurang dari 0,05 (pengaruh signifikan).



Gambar 2. Diagram Hubungan Antar Variabel Berdasarkan Koefisien Jalur dan *P-Value* Interpretasi pengujian hipotesis:

1. Pendapatan ATM (Y1) secara signifikan dipengaruhi oleh Volume Transaksi *Withdrawal* (X1) dengan nilai *P-Value* sebesar 0,001 dan Volume Transaksi *Transfer* (X2) dengan nilai *P-Value* sebesar 0,002. Sedangkan Volume Transaksi *Balance Inquiry*

(X3) dan Volume Transaksi *Bill Payment* (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan ATM (Y1) dengan nilai *P-Value* sebesar 0,210 untuk Volume Transaksi *Balance Inquiry* (X3) dan 0.488 untuk Volume Transaksi *Bill Payment* (X4).

Ditinjau dari nilai koefisien jalur Volume Transaksi *Withdrawal* (X1) berpengaruh paling besar terhadap Pendapatan ATM (Y1) dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,456. Kemudian Volume Transaksi Transfer dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.430, dan 0.128 untuk Volume Transaksi *Balance Query* serta -0.005 untuk volume transaksi *Bill Payment*.

2. Volume Transaksi *Payment* (X5) dan Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6) berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan *Mobile Banking* (Y2). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *P-Value* untuk Volume Transaksi *Payment* (X5) sebesar 0.030 dan 0.01 untuk Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6). Nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa Volume Transaksi Transfer Antar Bank (X6) berpengaruh lebih besar terhadap Pendapatan *Mobile Banking* (Y2) dengan nilai 0.714 dan nilai koefisien jalur Volume Transaksi *Payment* (X5) sebesar 0.285.
3. Volume Transaksi Debit (X7), Volume Transaksi Cek Saldo (X8) dan Volume Transaksi *Transfer Ekternal* (X9) berpengaruh secara signifikan terhadap Total Pendapatan EDC (Y3) dengan nilai *P-Value* masing-masing sebesar 0.037 untuk Volume Transaksi Debit (X7), 0.001 untuk Volume Transaksi Cek Saldo (X8) dan 0.037 Volume Transaksi *Transfer Ekternal* (X9). Nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa Volume Transaksi Cek Saldo (X8) berpengaruh paling besar terhadap Total Pendapatan EDC (Y3) dibanding dengan variabel lainnya dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.468, sedangkan Volume Transaksi Debit (X7) dan Volume Transaksi *Transfer Ekternal* (X9) mempunyai nilai koefisien jalur yang sama yaitu sebesar 0,272.
4. Total *Fee Base Income* (Y4) secara signifikan dipengaruhi oleh Pendapatan *Mobile Banking* (Y2) hal ini ditunjukkan oleh nilai *P-Value* masing sebesar 0.02 dan. Sedangkan Pendapatan ATM (Y1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Total *Fee Base Income* (Y4) karena nilai *P-Value* lebih dari 0.05 yakni sebesar 0,122. Untuk pendapatan EDC berpengaruh signifikan namun negatif dengan nilai *P-Value* sebesar 0,049. Selain itu diketahui bahwa Pendapatan *Mobile Banking* (Y2) berpengaruh lebih besar dibanding Pendapatan ATM (Y1) dan total Pendapatan EDC (Y3) hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur Pendapatan *Mobile Banking* sebesar 0.434 sedangkan nilai koefisien jalur Pendapatan ATM sebesar 0.182 dan nilai koefisien jalur Pendapatan EDC sebesar -0.253.

h. Koefisien Determinasi (R^2)

Kelayakan model (*Goodness of Fit*) penelitian dapat dibuktikan dengan melihat analisis koefisien determinasi *multivariate* yang dinyatakan dengan *Q-Square* (Q^2). *Q-Square* merupakan pengukur seberapa baik observasi yang dilakukan memberikan hasil terhadap model penelitian. $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance*. Kriteria kuat lemahnya model diukur berdasarkan nilai *Q-square predictive relevance* yang berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) (Latan dan Ghozali, 2012). Semakin mendekati 0 nilai *Q-Square predictive relevance* memberikan petunjuk bahwa model penelitian semakin lemah, sebaliknya semakin menjauh dari 0 (nol) dan semakin mendekati ke nilai 1 (satu), berarti model penelitian semakin baik.

Tabel 8. berikut menyajikan nilai koefisien determinasi untuk model Total Pendapatan ATM (Y1) (R_{Y1}^2), Total Pendapatan *Mobile Banking* (Y2) (R_{Y1}^2), Pendapatan EDC (Y3) (R_{Y3}^2), dan Koefisien Determinasi untuk Model Total *Fee Base Income* (Y3)

Tabel 8. Nilai Koefisien Determinasi

No	Koefisien Determinasi	Nilai	Persen-tase
1	Koefisien Determinasi Model Total Pendapatan ATM (Y1) (R_{Y1}^2)	1,00	100%
2	Koefisien Determinasi Model Pendapatan <i>Mobile Banking</i> (Y2) (R_{Y2}^2)	0,99	99%
3	Koefisien Determinasi Model Total Pendapatan EDC (Y3) (R_{Y3}^2)	0,99	99%
4	Koefisien Determinasi Model Total <i>Fee Base Income</i> (Y4) (R_{Y4}^2)	0,30	30%

(Sumber: *Output Olah Data SEM*)

Berdasarkan nilai R^2 pada tabel diatas, maka dapat di hitung Q^2 atau *Stone Geiser Q-Square test* sebagai berikut

$$Q^2 = 1 - (1 - R_{Y1}^2) - (1 - R_{Y2}^2) - (1 - R_{Y3}^2) - (1 - R_{Y4}^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 1,00) - (1 - 0,99) - (1 - 0,99) - (1 - 0,30)$$

$$Q^2 = 0,28$$

$$Q^2 = 28\%$$

Dengan Q^2 sebesar $28\% > 0$ menunjukkan bahwa Kelayakan model (*Goodness of Fit*) mempunyai *predictive relevance* yang baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan dari penelitian serta hasil analisis dan pembahasannya, diperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pendapatan *Mobile Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah dengan nilai *P-Value* sebesar 0.002. sedangkan Pendapatan ATM berpengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai *P-Value* sebesar 0.122, dan Pendapatan EDC berpengaruh signifikan tetapi negatif dengan nilai *P-Value* sebesar 0.049.
2. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Pendapatan *Mobile Banking* berpengaruh paling besar terhadap peningkatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah yaitu sebesar 43.4% dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.434. Sedangkan Pendapatan ATM berpengaruh sebesar 18.2% dengan nilai koefisien jalur 0.182 dan Pendapatan EDC berpengaruh sebesar 25.3% namun negatif, hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar -0.253

SARAN

1. Pada penelitian ini terdapat keterbatasan antara lain pengujian statistik hanya menggunakan 3 (tiga) variabel produk *E-Banking*, yakni ATM, *Mobile Banking* dan EDC, untuk 2 (dua) produk *E-Banking* lainnya yakni *Internet Banking* dan *SMS Banking* mengingat sampel yang ada untuk kedua produk ini sangat sedikit sehingga dikhawatirkan hasil uji statistik yang kurang valid. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya variabel *Internet Banking* dan *SMS Banking* bisa digunakan.
2. PT. Bank NTB Syariah harus melakukan evaluasi secara periodik terhadap fitur-fitur maupun produk-produk *E-Banking* nya agar bisa mengetahui produk-produk mana saja yang memberi kontribusi paling besar untuk peningkatan *Fee Base Income* PT. Bank NTB Syariah sehingga bisa dilakukan pengembangan/inovasi terhadap produk layanan tersebut agar lebih mampu menarik minat nasabah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Arwani, (2016), Akuntansi Perbankan Syariah “Dari Teori Ke Praktek (Adopsi IFRS)”, Yogyakarta: Deepublish.
- Andrianto & Firmansyah, M. Anang (2019), Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek), Surabaya: CV. Kiara Media

- Arisanti, Oliviani Rizki, (2019) *Pengaruh Transaksi Electronic Banking Terhadap Fee Base Income Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Periode 2014-2019*. Jurnal Keunis Majalah Ilmiah – ISSN No 2302-9315 Vol. 7 No 1 Thn VII Januari 2019
- Cahyani, Yutisa Tri, (2018) *Konsep Fee Base Service Dalam Perbankan Syariah*, el Barka: Journal of Islamic Economics and Business Volume 01, No. 02 Juli – Desember 2018
- Kasanah, Aprilia, (2015) *Penggunaan Metode Structural Equation Modeling Untuk Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Perpustakaan Dengan Program Lisrel 8.80* (Universitas Negeri Semarang, Semarang 2015).
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2008*. In *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada* (Vol. 478).
- Siyoto, Sandu. Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Peneletian*. In Ayup (Ed.), *Literasi Media* (Vol. 7). Literasi Media.
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta., 63.
- Utamingsih, Perbiani & Sularto Lana (2017) *Pengaruh Transaksi Electronic Banking Terhadap Fee Base Income pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk*, Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis Volume 2, No. 2, Desember 2017