

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Inovasi Schumpeter**

Teori ini dikemukakan oleh Joseph Alois Schumpeter melalui bukunya yang berjudul *The Theory of Economic Development* pada tahun 1934. Menurut Schumpeter, kunci utama perkembangan ekonomi adalah para inovator dan entrepreneur. Schumpeter juga berpendapat bahwa inovasi bisa beragam hal, seperti menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk, mengembangkan metode baru dalam berproduksi, membuka pasar baru, serta menemukan sumber daya baru untuk pasokan (Chell, 2008). Teori inovasi Schumpeter dikaitkan dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat menghasilkan peluang dan keuntungan, sehingga akan meningkatkan investasi yang dilakukan oleh lembaga keuangan atau perbankan dalam produk-produk baru yang inovatif dan pada akhirnya hal ini akan menarik pihak lain dalam industri untuk melakukan investasi teknologi yang akan mengikis margin keuntungan untuk inovasi (Shanmugam & Nigam, 2020). Dapat disimpulkan berdasarkan pendapat Shanmugam & Nigam (2020) di atas, ketika perbankan menggunakan fintech pada layanannya maka kinerja keuangan akan meningkat, namun hal tersebut akan menimbulkan persaingan antar bank yang menawarkan fasilitas serupa, sehingga hal ini akan mengikis margin keuntungan inovasi bagi perbankan.

#### **2.2 Teori Stakeholder**

Berdasarkan teori stakeholder, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh stakeholder mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada stakeholder. Tujuan utama dari teori stakeholder ialah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan stakeholder mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka.

Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori stakeholder ialah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas mereka dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi stakeholder. Pada kenyataannya, inti dari keseluruhan teori stakeholder terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan stakeholder menjalankan hubungan mereka (Ulum, 2016).

Dalam konteks ini, para stakeholder berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Karena hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal atas seluruh potensi inilah organisasi akan dapat menciptakan value added untuk kemudian mendorong kinerja keuangan perusahaan yang merupakan orientasi para stakeholder dalam mengintervensi manajemen (Ulum, 2016).

Teori stakeholder menegaskan bahwa keberlangsungan perusahaan mensyaratkan dukungan para stakeholder, kepentingan mereka harus diperhatikan dan aktivitas perusahaan seharusnya diarahkan untuk memenuhi ekspektasi mereka. Semakin berkuasa stakeholder, semakin banyak perusahaan beradaptasi. Menurut (Ulum, 2016), stakeholder memiliki kemampuan memengaruhi (langsung atau tidak langsung) pengendalian terhadap sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan. Dengan demikian, kekuatan stakeholder ditentukan oleh tingkat kontrol yang mereka miliki kepada sumber daya.

### ***2.3 Resource Based Theory***

*Resource-Based Theory* (RBT) merupakan salah satu teori yang diterima secara luas dibidang manajemen stratejik. Teori ini mengacu pada keunggulan perusahaan dan sumber daya yang unggul. Dengan sumber daya yang unggul maka perusahaan akan mempunyai keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan lain. *Resource-Bases Theory* (RBT) mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogeny, jasa produktif yang tersedia

berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap Perusahaan (Ulum, 2016)

RBT menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. Resources yang berharga dan langka dapat diarahkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga resources yang dimiliki dapat bertahan lama dan tidak mudah ditiru, ditransfer atau digantikan.

Selain itu, the resource based theory banyak digunakan sebagai referensi teori dari pengelolaan IC. Menurut the resource based theory (RBT) bahwa perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif dan kinerja superior melalui akuisisi, memperoleh, dan menggunakan aset strategis yang penting untuk keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. Baik aktiva berwujud dan takberwujud dirasakan sebagai aktiva strategis yang potensial. Menurut teori ini, bahwa manfaat dari kedua aktiva ini merupakan hasil yang positif antara sumber daya perusahaan dan pengukuran kinerja (Hermawan, 2012)

(Ulum, 2016) menyatakan bahwa dalam perspektif RBT, firm resources meliputi aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, informasi, knowledge, dan lain-lain yang dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami untuk mengimplementasikan strategi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Lebih lanjut (Ulum, 2016) menyatakan bahwa untuk memahami sumber dari keunggulan kompetitif berkelanjutan (sustained competitive advantages), perlu dibangun suatu model teoritis yang bermula sebuah asumsi bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen dan immobile. Agar menjadi sumber daya potensial dalam sustained

competitive advantages, maka sumber daya perusahaan harus memiliki empat atribut, yaitu:

1. Bernilai (*valuable resources*)

Sumber daya perusahaan hanya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing (competitive advantages) atau keunggulan bersaing yang berkelanjutan (sustained competitive advantages) ketika mereka berharga (valuable). Sumber daya menjadi berharga ketika mereka memungkinkan perusahaan untuk memahami atau menerapkan strategi yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

2. Langka (*rare resources*)

Analisis yang sama berlaku untuk sumber daya perusahaan yang berharga yang digunakan untuk memahami dan menerapkan strategi. Beberapa strategi memerlukan kombinasi unik antara modal fisik, modal manusia, dan sumber daya modal organisasi untuk implementasi. Jika sumber daya perusahaan tidak langka, maka sejumlah besar perusahaan akan dapat memahami dan melaksanakan strategi tersebut, dan strategi ini tidak akan menjadi sumber keunggulan bersaing, meskipun sumber daya tersebut mungkin berharga.

3. Tidak Dapat Ditiru (*imperfectly imitable resources*)

Tidaklah sulit untuk melihat bahwa sumber daya berharga dan langka yang dimiliki organisasi merupakan sumber keunggulan bersaing. Perusahaan yang memiliki sumber daya tersebut akan sering membuat inovasi strategis, karena mereka akan dapat memahami dan terlibat dalam strategi tersebut. Sumber daya yang bernilai dan langka tersebut hanya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan jika perusahaan lain yang tidak memilikinya, tidak dapat memperoleh sumber daya tersebut.

4. Tidak Ada Sumber Daya Pengganti (*non-substitutability resources*)

Persyaratan terakhir untuk sumber daya perusahaan menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan adalah bahwa tidak boleh ada sumber daya strategis yang setara, baik dari sisi kelangkaan maupun imitable. Sumber daya yang sulit digantikan adalah sumber daya yang tidak memiliki ekuivalen strategis. Secara umum, nilai strategis dari sumber daya

meningkatkan kesulitan untuk menggantikannya. Semakin tidak terlihat suatu kompetensi, semakin sulit bagi perusahaan untuk mencari penggantinya dan semakin besar tantangan bagi para pesaing untuk meniru strategi penciptaan nilai perusahaan.

#### 2.4 Kinerja Keuangan (Y)

Kinerja keuangan khususnya penilaian yang dilakukan oleh perusahaan berguna untuk mengetahui sejauh mana kinerja perusahaan dan bagaimana telah mematuhi peraturan mengenai kinerja keuangannya dengan tepat dan akurat. Analisis kinerja keuangan dapat dilakukan dengan mengevaluasi kinerja perusahaan di masa lalu dan kemudian memprediksi peluang di masa depan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan (Hutabarat dan Puspitasari, 2020). Informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja keuangan masa lalu digunakan sebagai informasi dasar untuk memperkirakan posisi dan kinerja keuangan di masa depan. Tujuan evaluasi kinerja prestasi kerja adalah untuk memotivasi karyawan mencapai tujuan perusahaan, mematuhi standar etika yang ada dan kemudian menghasilkan perilaku dan hasil yang sesuai (Kusumo, 2008).

Kinerja keuangan merupakan gambaran posisi keuangan bank di masa lalu dan masa depan, yang dapat bertambah atau berkurang. Penggunaan rasio keuangan merupakan metode yang paling populer dan sederhana karena banyak digunakan untuk mengukur kinerja bank. Lebih mudah untuk mengetahui kemajuan atau kemunduran suatu perusahaan dengan membandingkan kinerjanya dengan standar yang digunakan (Syaifulah, dkk., 2020). Laporan keuangan disusun oleh perusahaan untuk meninjau kinerja keuangannya, kekuatan dan kelemahannya serta dapat bermanfaat bagi pemangku kepentingan.

Suatu perusahaan menganalisis kinerja keuangannya dengan tujuan untuk mengetahui kinerja perusahaan, khususnya dengan menggunakan analisis rasio keuangan (Hutabarat dan Puspitasari, 2020). Margin keuntungan sering digunakan sebagai indikator kinerja bisnis. Dari perspektif profitabilitas seperti efisiensi bisnis, masuk akal jika penggunaan modal intelektual secara efektif sering dipandang sebagai aset tidak berwujud. Hal ini menjadi modal utama bagi organisasi untuk memenangkan persaingan bisnis. Perusahaan yang berkinerja baik dalam hal modal intelektual juga cenderung memiliki kinerja keuangan yang baik (Ulum, 2020).

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dinyatakan dalam ROA dan ROE. Secara umum tingkat pengembalian yang baik bernilai lebih dari nilai aset sebesar ROA dan ekuitas sebesar ROE (Hutabarat dan Puspitasari, 2020). ROA berfungsi sebagai pengukuran kemampuan perusahaan menciptakan laba bersih berlandaskan tingkat aset tertentu, dirancang pada pengukuran kemampuan perusahaan dalam mewujudkan keuntungan dari total dana diinvestasikan dalam aktiva berfungsi menjalankan perusahaan. Sedangkan ROE merupakan rasio membandingkan tingkat keuntungan dengan modal. Rasio ini memperlihatkan kemampuan modal untuk mewujudkan keuntungan (Hasibuan, dkk., 2020)

Perhitungan rasio keuangan akan menjadi lebih jelas jika dihubungkan antara lain dengan menggunakan pola historis perusahaan tersebut. Penilaian kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisa laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan merupakan kumpulan data yang diorganisasi menurut logika dan prosedur akuntansi yang konsisten. Laporan keuangan dapat memberikan penjelasan posisi keuangan suatu perusahaan dan akhirnya kita dapat menilai kinerja manajemen dalam periode tertentu. Untuk

melakukan analisis laporan keuangan diperlukan metode atau alat yang tepat (Kasmir, 2016):

1. *Return On Assets (ROA)*

Salah satu kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Assets (ROA). ROA digunakan sebagai proksi menghitung rentabilitas. Return On Assets digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan dan laba secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai suatu bank tersebut dan semakin baik pula bank tersebut dari segi penggunaan asset. Dengan menghitung ROA dapat diketahui berapa besar prospek tingkat pengembalian dari operating assets yang di investasikan ke dalam bank. Menurut Tandelilin (2010), Return On Assets menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba.

2. *Return On Equity (ROE)*

*Return On Equity* merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan seringkali digunakan untuk membandingkan dua atau lebih perusahaan dalam sebuah industri yang sama. ROE yang tinggi sering kali mencerminkan penerimaan perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif. *Return on Equity (ROE)* yang tinggi mencerminkan penerimaan perusahaan yang baik dan manajemen biaya yang efektif (Irfan, 2020).

Ketelitian nilai yang tercatat dan perhitungan laba adalah suatu permasalahan dalam rasio ini (Erich A. Helfert, D.B.A, 2001). Dengan mengadakan analisis rasio akan diketahui posisi keuangan perusahaan, lebih-lebih kalau rasio dari beberapa tahun, maka akan dapat diketahui perkembangan posisi keuangan perusahaan. *Return On Equity* adalah rasio yang memperlihatkan sejauh mana perusahaan mengelola modal sendiri (net worth) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan.

*Return on Equity* (ROE) atau hasil dari pengembalian ekuitas atau rentabilitas modal merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Nafisah, 2018). Semakin tinggi rasio ROE, maka semakin baik posisi kepemilikan ekuitas dalam mendapatkan laba perusahaan yang tinggi. ROE sebagai rasio pendapatan operasional atas ekuitas.

### 3. *Net Interest Margin* (NIM)

Net Interest Margin merupakan rasio yang menunjukkan margin bunga bersih terhadap rata-rata aktiva produktifnya. Menurut Dewi, dkk (2015) rasio NIM digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan pendapatan dari bunga dengan melihat kinerja bank dalam menyalurkan kredit, mengingat pendapatan operasional bank sangat tergantung dari selisih bunga kredit yang disalurkan. Dana yang diperoleh dari masyarakat melalui simpanan akan dialokasikan melalui pinjaman dalam bentuk pinjaman berupa kredit, bunga dari kredit yang menjadi sektor peluang bagi pendapatan bank yang paling efisien.

Menurut Sutrisno, (2018) semakin besar rasio NIM maka semakin baik kinerja bank dalam menghasilkan pendapatan bunga. Naiknya pendapatan bunga akan berdampak pada naiknya laba perusahaan sehingga profitabilitas perusahaan juga mengalami kenaikan. Aktiva produktif yang mampu menghasilkan laba tentu akan menjadi keuntungan bagi perbankan dalam memperoleh kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi pada perusahaan sehingga rasio profitabilitas akan naik.

Standart yang telah ditetapkan bank Indonesia rasio NIM sebesar 6%. Bunga bersih yang dihasilkan bank menunjukkan dari aktiva produktifnya yang berjalan dengan baik maka NIM akan mengalami kenaikan sehingga profitabilitas perbankan baik dan sehat. Menurut Almadany (2012) NIM yang semakin besar akan meningkatkan pendapatan bunga atas aktiva produktifnya sehingga kemungkinan bank mengalami masalah akan semakin kecil. Rasio NIM yang tinggi menandakan bank mampu mengelola asset produktifnya dengan baik sehingga bunga bersih yang didapatkan semakin tinggi dan permasalahan semakin sedikit.

## 2.5 *Financial Technology (X1)*

*Financial technology* adalah salah satu implementasi penggunaan teknologi informasi yang berhubungan dengan keuangan (Alimiruchi, 2017). Professor Douglas W. Arner (dalam Mawarni, 2017) dari Hongkong University menjelaskan perkembangan fintech ke dalam empat era. Fintech 1.0 berlangsung antara tahun 1866-1967, era pengembangan infrastruktur dan komputerisasi sehingga terbentuk jaringan keuangan global. Fintech 2.0 berlangsung antara tahun 1967-2008, era penggunaan internet dan digitalisasi di sektor keuangan. Fintech 3.0 dan Fintech 3.5 berlangsung dari tahun 2008 sampai sekarang. Fintech 3.0 merupakan era penggunaan telepon maupun smartphone di sektor keuangan. Fintech 3.5 merupakan era kemunculan 14 wujud bisnis teknologi keuangan sebagai pendatang baru yang memanfaatkan peluang dari inovasi proses teknologi, produk, dan model bisnis serta perubahan perilaku masyarakat.

Bank Indonesia (2016) mengklasifikasikan *financial technology* ke dalam empat kategori, yaitu sebagai berikut :

### 1. *Crowdfunding and peer to peer (P2P) lending*

Klasifikasi ini berdasarkan fungsi dari platform yaitu sebagai sarana pertemuan pencari modal dan investor di bidang pinjaman. Platform ini menggunakan teknologi informasi terutama internet untuk menyediakan layanan pinjam meminjam uang dengan mudah. Pemberi modal hanya melakukan penyediaan modal dan peminjam melakukan proses peminjaman melalui platform yang disediakan secara online. Kategori *financial technology* ini termasuk kepada layanan pinjam meminjam yang berbasis teknologi informasi yang diatur dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Untuk menjamin keamanan penggunaan layanan jasa crowdfunding dan P2P lending di Indonesia, pada tahun 2016 OJK mengeluarkan POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.

## 2. *Market aggregator*

Kategori ini merupakan media yang mengumpulkan dan mengoleksi data finansial dari berbagai penyedia data untuk disajikan kepada pengguna. Data finansial ini kemudian dapat digunakan untuk memudahkan pengguna dalam membandingkan dan memilih produk keuangan terbaik.

## 3. *Risk and investment management*

Kategori berikut ini merupakan klasifikasi untuk layanan *financial technology* yang berfungsi sebagai perencana keuangan dalam bentuk digital. Pengguna dapat melakukan perencanaan dan mengetahui kondisi keuangan pada setiap saat dan seluruh keadaan.

## 4. *Payment, settlement, and clearing*

Layanan *financial technology* pada kategori ini berfungsi untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pembayaran melalui online.

Beberapa regulasi telah diberlakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia, seperti contohnya regulasi Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 yang mengatur tentang Electronic Money (E-Money) dan peraturan paling baru No 20/6/PBI/2018 yang mengatur lebih mendalam tentang E-Money. Sebagai tambahan, OJK juga mengeluarkan peraturan regulasi No. 19/POJK 03/2014 yang mengatur mengenai layanan keuangan. FinTech terbagi atas 2 (dua) macam yaitu fisik dan non fisik, sebagai berikut:

### 1. Fisik (ATM-Debit)

Menurut Purnomo et al (2012), kartu ATM-Debit adalah instrumen pembayaran yang merupakan penggabungan antara ATM dan kartu debit, instrumen pembayaran kini tidak digolongkan sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) melainkan uang elektronik (e-money)

### 2. Non-Fisik

#### a. OVO

Menurut Puspita (2019), OVO merupakan aplikasi pintar dimana memberi fasilitas rasa mudah ketika transaksi (OVO Cash) dan memberikan

peluang yang kian luas dalam pengumpulan poin dalam banyaknya merchant (OVO Points)

b. Go-Pay.

Go-Pay dianggap sebagai suatu administrasi yang menawarkan dompet elektronik yang disajikan oleh organisasi induknya, Go-Jek. Go-Jek memulai bisnisnya dengan menawarkan administrasi angkutan ojek (ojek) yang selanjutnya membuat perluasan jaringan bisnis melalui penawaran beragam administrasi, salah satunya adalah GoPay. Berbagai administrasi yang ditawarkan ialah Go-Shopping, GoSalon, Go-Massage, Go-Box dan lainlain (Priyono, 2017).

c. ShopeePay

Menurut Monica (2019), ShopeePay adalah fitur layanan e-money yang digunakan untuk salah satu metode pembayaran online yang disediakan di platform Shopee, offline di merchant yang bekerjasama dengan ShopeePay dan untuk menampung pengembalian dana.

d. LinkAja

Seperti yang ditunjukkan oleh Meileny, (2020), LinkAja adalah uang elektronik publik berbasis aplikasi kebanggaan Indonesia yang merupakan tulang punggung hasil PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) yang telah terdaftar di Bank Indonesia, dan dibingkai dari jiwa energi koperasi publik 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan organisasi teknologi swasta.

e. DANA

Aplikasi DANA merupakan aplikasi utama yang memanfaatkan stage, tidak terfokus pada satu stage DANA adalah bisnis baru Indonesia yang berpartisipasi dalam inovasi moneter yang memberikan landasan dan mampu membuat orang Indonesia menjalankan pembayaran dan penukaran non tunai dan non-kartu. DANA adalah implisit Indonesia dan terdukung dari para insinyur perangkat lunak Indonesia, dengan pendukung keuangan terkemuka selayaknya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai investor bagian terbesar, dan Ant Financial.

Evolusi fintech menurut (Arner et al., 2015) terlibat sesungguhnya pada saat berawal dari inovasi kartu kredit pada tahun 1960, kartu debit dan fasilitas yang menyediakan uang tunai seperti ATM (automatic teller machine). Beberapa layanan Financial Technology dalam perbankan menurut Prastika (2019):

1. ATM (*Automated Teller Machine*)

Menurut (Kasmir, 2016) ATM merupakan mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur

2. Internet Banking (*Via internet/komputer*)

Salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Fitur yang dapat dilakukan yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (vouer dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari internet banking ini adalah nyaman bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang di layar computer/PC atau PDA.

Menurut Khairy Mahdi (2012) menyatakan internet banking merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan. Bank Indonesia juga melengkapi dengan menyatakan bahwa internet banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Bentuk-bentuk dari internet banking diantaranya meliputi:

- a. *Informational internet banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (execution of transaction)

b. *Communicative internet banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi (execution of transaction)

c. *Transactional internet banking*

Pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan dapat melakukan eksekusi transaksi (execution of transaction)

3. Mobile Banking (via handphone)

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM (Global For Mobile Communication) atau CDMA.

Pengertian mobile banking (m-banking) menurut Riswandi & Budi Agus (2005) merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Fitur-fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya. Untuk menggunakan mobile banking, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan mobile banking melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan User-ID dan

password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi.

#### 4. SMS Banking (via SMS)

SMS Banking, saluran yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan pembelian voucher. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam prakteknya agak merepotkan karna nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms.

#### 5. Phone Banking (via telepon)

Phone Banking, saluran ini yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dengan bank via telepon.

### **2.5.1 Indikator Financial Technology**

Rasyid (2017), mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur financial technology diantaranya yaitu sebagai berikut:

#### 1. Manfaat penggunaan (usefull)

Manfaat atau benefit yang akan diterima pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang tersedia.

#### 2. Mudah digunakan (easy to use)

Kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang tersedia.

#### 3. Tampilan website (website design)

Tampilan desain website perusahaan yang memiliki produk financial technology dan dapat diakses oleh konsumen.

#### 4. Ketersediaan sistem (system availability)

Tersedianya sistem layanan yang dapat diakses oleh semua konsumen.

#### 5. Privasi (privacy)

Produk financial technology menyediakan ruang privasi yang hanya bisa diakses oleh user atau pengguna.

6. Keamanan (safety)

Ada tidaknya keamanan yang didapatkan oleh pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang ditawarkan, keamanan dari kejahatan cyber crime, virus, system error dan sebagainya.

## 2.6 Intellectual Capital (X2)

Salah satu asset intangible yang sangat penting di era informasi dan pengetahuan adalah *intellectual capital*. *Intellectual Capital* merupakan asset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta meningkatkan kinerja perusahaan. (Ulum, 2016) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai jumlah dari segala sesuatu yang ada di perusahaan yang dapat membantu perusahaan untuk berkompetisi di pasar, meliputi intellectual material – pengetahuan, informasi, pengalaman, dan *intellectual property* – yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan.

*Organization for Economic Co-operation and Development* menyebutkan intellectual capital sebagai nilai ekonomis dari dua kategori aset tak berwujud: (1) organizational (structural) capital; dan (2) human capital. Lebih tepatnya, organizational (structural) capital mengacu pada hal seperti sistem software, jaringan distribusi, dan rantai pasokan. Human capital meliputi sumber daya manusia di dalam organisasi (yaitu sumber daya tenaga kerja/karyawan) dan sumber daya eksternal yang berkaitan dengan organisasi, seperti konsumen dan supplier.

*Intellectual Capital* umumnya diidentifikasi sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan (bisnis perusahaan) dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari financial capitalnya. Hal ini berdasarkan suatu observasi bahwa sejak akhir 1980-an, nilai pasar dari bisnis kebanyakan dan secara khusus adalah bisnis yang berdasar pengetahuan telah menjadi lebih besar dari nilai yang dilaporkan dalam laporan keuangan berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh akuntan.

Usaha-usaha telah dilakukan untuk mengestimasi nilai pengetahuan dalam rangka untuk mendapatkan nilai perusahaan yang sesungguhnya. Secara umum, diasumsikan bahwa peningkatan dan digunakannya pengetahuan dengan lebih baik akan menyebabkan pengaruh yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan. Meskipun terdapat banyak perdebatan dalam menentukan definisi pengetahuan, namun kebanyakan membedakan pengetahuan dalam tiga kategori, yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (*human capital*), pengetahuan yang berhubungan dengan pelanggan (*relation capital*), dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut membentuk suatu intellectual capital bagi perusahaan.

*Intellectual Capital* mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang berdasarkan pada pengetahuan. Namun demikian, bahwa intellectual capital adalah hasil akhir dari proses transformasi pengetahuan atau pengetahuan itu sendiri yang ditransformasikan ke dalam *intellectual property* atau *intellectual assets* Perusahaan (Ulum, 2016).

### **2.6.1 Karakteristik *Intellectual Capital***

Menurut Sangkala (2006), *intellectual capital* memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. *Non Rivalrous*, Artinya sumber daya tersebut dapat digunakan secara berkelanjutan oleh berbagai macam pemakai, di dalam lokasi yang berbeda dan pada saat yang bersamaan.
2. *Increasing Return*, Artinya dapat meningkatkan keuntungan margin per incremental unit dari setiap investasi yang dilakukan.
3. *Not Additive*, Artinya nilai yang tercipta bisa terus-menerus meningkat, tanpa mengurangi unsur pokok dari sumber daya tersebut, karena sumber daya ini merupakan *condependent* dalam penciptaan nilai.

Sedangkan menurut Agustina (2007), karakteristik *intellectual capital* adalah sebagai berikut:

1. Aset yang memberikan perusahaan kekuatan dalam pasar (trademark, kesetiaan pelanggan, bisnis yang terus berulang, dll).
2. Aset yang menyajikan property dari hasil pemikiran intellectual property seperti paten, merk dagang, hak cipta, dll.
3. Aset yang memberikan organisasi kekuatan internal, seperti budaya perusahaan, manajemen dan proses bisnis, kekuatan yang dihasilkan dari sistem teknologi informasi, dll.
4. Aset yang dihasilkan dari individu yang bekerja diperusahaan seperti pengetahuan mereka kompetensi, kemampuan networking, dll.

### **2.6.2 Komponen *Intellectual Capital***

*International Federation of Accountant* (IFAC) mengklasifikasi *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu *human capital*, *structural capital* atau *organization capital* dan *relation capital* atau *customer capital* yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut (Sawarjuwono & Kadir, 2003):

1. *Human Capital*

*Human Capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital* yang merupakan sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi termasuk dalam komponen yang sulit diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompensasi dalam suatu perusahaan. *Human capital* menggambarkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada di dalam perusahaan. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan dapat menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dalam modal ini, yaitu *training programs, credential experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality* (Sawarjuono & Kadir, 2013).

## 2. *Structural Capital*

*Structural Capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses *manufacturing*, budaya organisasi, filosofil manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal (Sawarjuono & Kadir, 2013).

## 3. *Relational Capital*

Elemen ini merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun masyarakat sekitar. *Relation capital*

dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut (Sawarjuono & Kadir, 2013).

### **2.6.3 Pengukuran *Intellectual Capital***

Metode *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. VAIC merupakan instrument untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Metode ini untuk mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* dalam menciptakan nilai berdasarkan pada hubungan tiga komponen utama, yaitu (1) *Human Capital*, (2) *Capital Employed*, (3) *Structural Capital*.

Model ini dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). *Value added* merupakan indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). VA dihitung sebagai selisih antara output dan input. Output (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual di pasar, sedangkan input (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Hal penting dalam model ini adalah bahwa beban karyawan (*labour expense*) tidak termasuk dalam IN. karena peran aktifnya dalam proses *value creation*, *intellectual potential* (yang direpresentasikan dengan *labour expense*) tidak dihitung sebagai biaya (*cost*) dan tidak masuk dalam komponen IN. karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*) (Ulum, 2013).

Proses *value creation* dipengaruhi oleh efisiensi dari *Human Capital* (HC), *Capital Employed* (CE), *Structural Capital* (SC) :

1. *Value Added of Capital Employed (VACA)*

*Value Added of Capital Employed (VACA)* ialah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari physical capital. Pulic (1998) menyatakan bahwa jika 1 unit dari *capital employed (CE)* menghasilkan return yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Dengan demikian pemanfaatan intellectual capital (IC) yang lebih baik merupakan bagian dari *intellectual capital (IC)* perusahaan (Ulum, 2009).

2. *Value Added Human Capital (VAHU)*

*Value Added Human Capital (VAHU)* menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Menurut pandangan para penulis IC terkemuka lainnya berpendapat bahwa total biaya gaji dan upah merupakan indikator dari HC perusahaan. Pulic berpendapat bahwa sejak pasar menentukan gaji sebagai akibat dari kinerja, secara logis dapat disimpulkan bahwa keberhasilan HC harus dinyatakan dengan kriteria yang sama (Ulum, 2009).

3. *Structural Capital Value Added (STVA)*

*Structural Capital Value Added (STVA)* menunjukkan kontribusi structural capital (SC) dalam penciptaan nilai. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen sebagaimana HC dalam proses penciptaan nilai. Ini berarti semakin besar, kontribusi HC dalam value creation, maka akan semakin kecil kontribusi SC. Lebih lanjut Pulic menyatakan bahwa SC ialah VA dikurangi HC (Ulum, 2009).

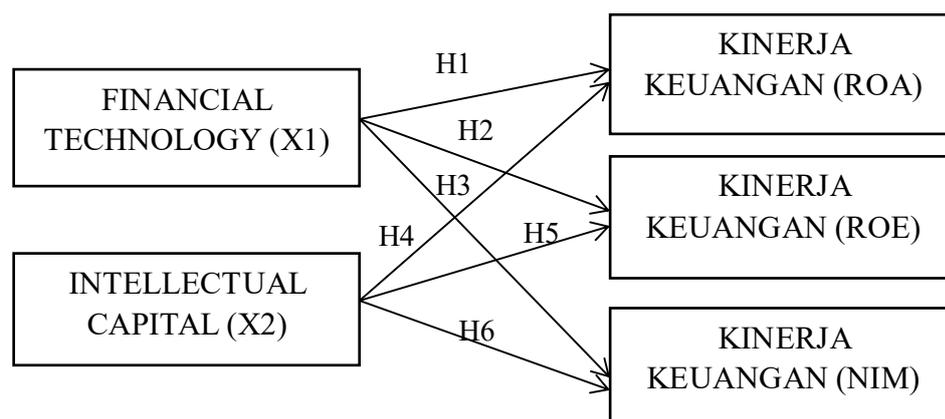
## 2.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

NO.	JUDUL	VARIABEL X	VARIABEL Y	PENELITI	HASIL
1	Dampak Financial Technology (Fintech) Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Komersial di Indonesia (2022)	Financial Technology (Fintech) Dan Intellectual Capital	Kinerja Keuangan Perbankan Komersial di Indonesia	Muhammad Fauzan Tanjung, Darlin Aulia	Adapun hasil dalam penelitian ini yaitu fintech tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA, ROE maupun TQ. HCE dan SCE tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE, TQ). Sedangkan RCE dapat mempengaruhi kinerja keuangan perbankan komersial (ROE dan ROE). Dengan hasil tersebut dapat menjadi bahan pembahasan bagi perbankan komersial di Indonesia untuk dapat mengoptimalkan fintech dan intellectual capital dalam meningkatkan kinerja keuangan perbankan komersial di Indonesia.
2	Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (2021)	Pengaruh Fintech	Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	Muhammad Ma'ruf	Hasil survei menunjukkan bahwa FinTech berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE, BOPO, CAR, FDR). Semakin canggihnya layanan Fintech di bidang keuangan syariah akan semakin penting bagi kinerja keuangan bank syariah.
3	Dampak Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (2021)	Dampak Financial Technology	Kinerja Keuangan Perbankan	Ika Kristianti, Michella Virgiana Tulenan	Kesimpulan yang dapat diambil adalah inovasi yang terjadi di perbankan melalui fenomena fintech bukan sebagai gangguan tetapi sebagai kesempatan untuk mengembangkan layanan fintech dan meningkatkan kinerja keuangan perbankan.

4	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (2019)	Pengaruh Intellectual Capital	Kinerja Keuangan Perusahaan	Novita Febriany	Hasil pengujian hipotesis (uji t-test) menunjukkan bahwa Intellectual Capital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Intellectual Capital yang semakin baik yang dimiliki oleh perusahaan yang terdaftar dalam index Kompas 100, maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan.
5	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (2021)	Pengaruh Intellectual Capital	Kinerja Keuangan Perusahaan	Della Rahma Vidya Hazlina, Fajra Octrina	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan secara parsial hanya VACA dan VAHU yang memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

## 2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## 2.9 Bangunan Hipotesis

### 2.9.1 Pengaruh *financial technology* terhadap kinerja keuangan

Menurut Turban *et al.* (2004), *mobile banking* atau biasa disingkat menjadi *m-banking*, merupakan sistem yang memungkinkan penggunaanya untuk melihat transaksi finansial dari *smartphone* atau perangkat *mobile wireless* lainnya. Ruang lingkup layanan yang ditawarkan dapat mencakup fasilitas untuk melakukan transaksi bank dan membayar tagihan, untuk mengelola akun dan untuk mengakses informasi yang disesuaikan (Imamah & Ayu Safira, 2021). Selain itu, layanan *mobile banking* membantu bank meningkatkan efisiensi operasional layanan, kepuasan pelanggan, dan efektivitas biaya yang akan mendukung dan memengaruhi kinerja keuangan bank tersebut (Tam & Oliveira, 2017). Kemunto & Kibati (2016) dalam riset nya juga membuktikan bahwa *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank di Kenya.

Menurut Kemunto & Kibati (2016) *internet banking* mengacu pada penggunaan internet sebagai saluran pengiriman untuk layanan perbankan yang mencakup semua layanan tradisional seperti pemeriksaan saldo, pencetakan laporan, transfer dana ke rekening lain, dan pembayaran tagihan elektronik tanpa mengunjungi bank. Dengan adanya *internet banking* biaya transaksi yang dilakukan di cabang dapat dikurangi 40 hingga 80% jika transaksi yang sama dilakukan di situs web (Akhisar *et al.*, 2015). Saluran perbankan elektronik dapat mengurangi biaya operasional rata-rata dan biaya fisik *overhead* yang diderita oleh bank sehingga adopsi saluran *internet banking* dapat memengaruhi profitabilitas perbankan (Alfatihah & Sundari, 2021).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *SMS banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan nasabah melalui telepon seluler (ponsel) dengan format *short message service (SMS)*. Seperti halnya layanan *mobile banking* dan *internet banking*, layanan *SMS banking* juga dapat berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian Anggreiny

*et al.* (2020) yang mendapati pengaruh positif *SMS banking* terhadap minat menabung nasabah, yang kemudian hal ini akan mendorong peningkatan laba perbankan. Ketiga pernyataan di atas juga sejalan dengan teori inovasi Schumpeter yang menjelaskan bahwa dengan adanya kemajuan teknologi dan inovasi pada bidang keuangan akan menghasilkan peluang serta keuntungan bagi perbankan (Shanmugam & Nigam, 2020).

**H1 : *Financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA)**

**H2 : *Financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROE)**

**H3 : *Financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (NIM)**

### **2.9.2 Pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan**

*Intellectual Capital* adalah suatu bagian dari aset tidak berwujud yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Modal intelektual dapat memberikan nilai tambah perusahaan apabila diimplementasikan dengan baik. Berdasarkan teori stakeholder, jika manajemen dapat mengelola dengan baik sumber daya yang ada, khususnya dalam upaya penciptaan nilai (*value creation*), maka berarti manajemen itu telah memenuhi unsur etika. *Value creation* dalam konteks ini adalah memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan baik karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*), dan *structural capital* (Ulum, 2012). Pemanfaatan potensi secara menyeluruh dapat menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan dan mendorong kinerja perusahaan.

Selain itu, *Resource Based Theory* mengemukakan bahwa jika sumber daya perusahaan dikelola dengan efektif dan efisien sehingga akhirnya dapat menciptakan keunggulan bersaing. Modal intelektual berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan. Pengelolaan modal fisik secara efektif dan efisien merupakan bagian dari pemanfaatan modal intelektual perusahaan. Hasil

penelitian yang dilakukan oleh Maesaroh (2015) dan Faradina (2016) menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hal ini berarti semakin baik perusahaan dalam mengelola modal intelektualnya maka akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Demikian juga penelitian Untara (2014) bahwa VACA, VAHU, dan STVA berpengaruh signifikan terhadap ROA.

**H4 : *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA)**

**H5 : *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROE)**

**H6 : *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan (NIM)**