

E-ISSN 2503-0736
P-ISSN 1829-8176

Journal of Management and Business Review

Volume 20 Number 2 2023



TERAKREDITASI PERINGKAT 3

SK Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional No. 200/M/KPT/2020

Journal of Management and Business Review

Vol. 20

No. 2

102-206

Jakarta
2023

ISSN
1829-8176



Rp .155.000,-



Journal of Management and Business Review

Volume 20 Number 2 2023

Published by

Research Center and Case Clearing House

PPM School of Management

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

The Journal of Management and Business Review is established in July 2004

Publication frequency: 1st Semester (no.1) and 2nd Semester (no.2)

EDITOR IN CHIEF

Erlinda Nusron Yunus, S.T.P., M.M., Ph.D.

ASSOCIATE EDITORS

Prof. Dr. Andrianto Widjaja, M.Sc.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Eva Hotnaidah Saragih, M.A.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Widyarso Roswinanto, M.M., M.B.A., Ph.D.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Lufina Mahadewi, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Lodovicus Lasdi, M.M.

(Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya)

Dr. Nguyen Thuc Huong Giang

(Hanoi University of Science & Technology)

Ronny Kountur, Ph.D.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Prof. Syamsul Amar, M.S.

(Universitas Negeri Padang)

Marwata, Ph.D.

(Universitas Kristen Satya Wacana)

Prof. Renata Borges

(Rotterdam Business School)

MANAGING EDITOR

Rike Penta Sitio, M.M., CIAR.

LAYOUT EDITOR

Rosita Fitriyani, S.E.

SITE ADMINISTRATOR

Rosita Fitriyani, S.E.

EDITORIAL ADVISORY AND REVIEW BOARD

Andi Ilham Said, MSOM, Ph.D.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Aries Heru Prasetyo, Ph.D.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Hendrarto K. Supangkat, Ph.D.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Riza Aryanto, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Dimas Maulana, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Joni Phangestu, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Dolly Adolina Prameswari, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Setiadi Djohar, M.S.M., D.B.A.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Wahyu Tri Setyobudi, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Noveri Maulana, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Wendra, M.HRM.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Pepey Riawati Kurnia, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Erni Ernawati, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Endah N. Hamdani, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Diah Dumasari Siregar, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Pinpin Bhaktiar, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Dr. Aprihatiningrum Hidayati, M.M.

(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Nugroho Aryo Suryo, Ph.D.

(Universitas Prasetya Mulya)

Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si.

(Universitas Sebelas Maret)

Dr. Asep Mulyana, Amd.TK.,SE, MCE

(Universitas Padjajaran)

Dr. Yusak Anshori, M.M., CSEP.

(Universitas Nahdlatul Ulama, Surabaya)

Dr. Wirawan E.D. Radianto, M.Sc.

(Universitas Ciputra Surabaya)

Dr. Laily Dwi Arsyianti, M.Sc.

(Institut Pertanian Bogor)

Dr. Pantri Heriyati, SE, M.Comm.

(Bina Nusantara University)

Dr. Perdana Wahyu Santosa, M.M.

(Universitas Yarsi)

Prof. Dr. Arifin Sitio, M.Sc.

(Universitas Mercu Buana)

Dr. Liana Rahardja, M.M., CIQNR

(Jakarta International College)

Dr. Christina Esti Susanti, M.M.

(Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya)

Dr. Luki Adiati Pratomo, M.M.

(Universitas Trisakti)

EDITORIAL OFFICE

Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340, Indonesia

Ph. (62)21 2300313 #1108 / Fax (62)21 2302040/51

E-mail: jmbr@ppm-manajemen.ac.id

<https://jmbr.ppm-school.ac.id>

Journal of Management and Business Review

Volume 20 Number 2 2023

TABLE OF CONTENTS

<i>A Review of Financial Literacy in Southeast Asian Cognate Countries</i> Endang Komesty Sinaga Ikaputra Waspada	102-114
<i>Can ESG Policy Become the Sustainability Catalyst of Company Performance During Covid-19 Pandemic?</i> Nora Sri Hendriyeni Benediktus Tandya Pinasthika Ilham Muhammad Akbar	115-134
Kinerja Keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 Sebelum dan Sesudah Diberlakukannya POJK FinTech Amalia Putri Kusuma Siti Hidayati	135-150
Pengaruh <i>Social Media Usage</i> terhadap <i>Conspicuous Online Consumption</i> Dimediasi oleh <i>Self-Image Congruity</i> , dan <i>Self-Esteem</i> pada Kaum Milenial di Jabodetabek Irsyad Muhammad Firdaus Kurniawati Kurniawati Nadhea Oudynella Marzia Nindita Dwinurfrinda Putri Radhita Intan Anggraini Sela Kustiawan	151-169
Peran <i>Fee-Based Income</i> sebagai Mediator antara Layanan Digital Perbankan dengan Kinerja Keuangan di Bank Swasta yang Terdaftar di BEI Saur Costanius Simamora Ikaputra Waspada	170-189
<i>The Effect of Fraud Diamond on Financial Statements of Insurance Companies in Indonesia</i> Novy Silvia Dewi Benediktus Tandya Pinasthika	190-206

A Review of Financial Literacy in Southeast Asian Cognate Countries

Endang Komesty Sinaga*

Travel Department, Politeknik Pariwisata NHI Bandung
Jl. Dr. Setiabudi No. 186 Bandung, Indonesia
enk@stp-bandung.ac.id

Ikaputra Waspada

Economic Education, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudi, Bandung, Indonesia
ikaputrawaspada@upi.edu

(* Corresponding Author

Received: 20-10-2022 | Accepted: 01-02-2023 | Published: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Cashless society merupakan visi kolektif warga dunia untuk menciptakan sistem pembayaran yang lebih cepat, fleksibel dan otomatis. Studi ini bertujuan untuk merumuskan temuan atas publikasi yang dilakukan pada kurun waktu 2012-2022 dengan fokus cashless society. Dengan menggunakan pendekatan Systematic Literature Review, studi ini menggunakan sumber dari database Scopus untuk menemukan pemahaman bersama, faktor pendukung dan tantangan cashless society dari pandangan para peneliti. Studi ini menemukan bahwa terbentuknya cashless society menjadi solusi atas upaya pertumbuhan ekonomi dan kecepatan transaksi di dalam masyarakat. Manfaat lain adalah pencegahan tindak pidana korupsi, pungutan liar dan fraud dimana pembayaran elektronik yang dilakukan secara tercatat telah menekan tindak kriminalitas ini. Sisi gelap cashless society adalah potensi pelanggaran privasi dan kelumpuhan sistem ekonomi yang disebabkan kegagalan sistem internet.

Kata Kunci:

Literasi keuangan; Systematic Literature Review; Asia Tenggara

ABSTRACT

A cashless society is a collective vision of world citizens to create a payment system that is faster, more flexible, and more automatic. This study aims to formulate findings on publications conducted in 2012-2022, focusing on a cashless society. Using the Systematic Literature Review approach, this study uses 14 main sources from the Scopus database to identify shared understanding, supporting factors, and the impact of a cashless society from the perspective of researchers. This study found that the formation of a cashless society is a solution for efforts to grow the economy and speed up societal transactions. Another benefit is the prevention of criminal acts of corruption, extortion, and fraud, where electronic payments made in a registered manner have suppressed these crimes. The dark side of a cashless society is the potential for privacy violations and paralysis of the economic system caused by internet system failures.

Keywords:

Financial literacy; Systematic Literature Review; South East Asia

INTRODUCTION

Payments are the backbone of value exchange in society, reflecting the speed at which goods and services are turned (Arvidsson et al., 2017). The global community, with systematic technological developments, has been encouraged to use new payment methods that are easier and faster. Various financial researchers and practitioners provide a vision of the future regarding the form of society that no longer uses material money as a means of transaction, which has come to be referred to as a "cashless society" (Bátiz-Lazo et al., 2016).

The idea of a cashless society started in the 1950s when in 1954, businesspeople in the United States discussed a vision of a "checkless society" (Bátiz-Lazo et al., 2016). Payment by banknotes in that era was found to be increasingly unsupportive of people's transaction mobility. The transaction behavior of people with a tendency to make transactions faster and higher faces obstacles to the provision of paper-based payment instruments.

Financial technology was widely launched in the world in 2010 when various payment methods began to be used by customers in many countries (Alaeddin et al., 2019). The cashless society is a form of the financial technology revolution, referring to people who make payment transactions with digital cards or electronic gadgets (Balakrishnan & Shuib, 2021a). This society is characterized by the spirit of migrating payments from cash-based to technology-based payments (Supattanakul & Maliwan, 2020). Going further (Fabris, 2019) affirms that a cashless society is a society with a vision of the future willing to replace cash with an equivalent digital payment that is legally recorded in the system.

A cashless society deals with the readiness of users to execute payments on electronically connected digital systems. Cashless payment is no longer oriented towards printing money but rather connects the entire process of exchanging value on money generated by computers, not between carriers, but with other terminology, between users (Kadar et al., 2019). In some countries, this change has presented problems, especially related to internet infrastructure provision and gadget ownership in locations where equitable development has not occurred. This challenge is the main consideration for policymakers to continue to preserve cash payments as the main form of financial transactions.

The idea of a cashless society has received much attention along with the development of digital technology and internet penetration. Various researchers discovered the development of digital payments as a phenomenon of collective adoption in the global community. A study (Yakean, 2020) provides that electronic payments have encouraged the formation of a cashless society. The study (Abdullah et al., 2020; Balakrishnan & Shuib, 2021a; Humbani & Wiese, 2017) shows that a cashless society can be formed if the community can adopt new forms of the latest payment methods.

The development of payment technology has been found as a pre-condition for the formation of a cashless society. Information and communication technology literacy is a catalyst for changes in

people's payment methods towards non-cash, where governments in various countries have begun to reduce the form of printed money (Kadar et al., 2019). On the other hand, the emergence of privately owned crypto-currencies, especially during the global crisis in recent years, has reduced government control over payment method initiatives (Fabris, 2019). This gives rise to broader independence in the cashless society and raises the potential for other, more complex problems.

Furthermore, fraud and systemic failures in the banking system are the main issues in forming a cashless society. Paper-based payment systems have caused many problems were recording at the operational level is done manually and segmented (Bátiz-Lazo et al., 2014). In traditional transactions, people exchange banknotes for goods/services to be rolled back into the supply chain system. These transactions do not involve much of the banking system, so the number of banknotes circulating in the community becomes inaccurate. Attempts to counterfeit banknotes are also classic criminal acts that show the weakness of the paper-based payment system, where people are again victims.

The cashless society and digital payment have attracted researchers to examine the topic from various perspectives (Susanto, Hendrayati, et al., 2022; Susanto, Solikin, et al., 2022). The researchers' study showed diverse findings on antecedents, processes, and impacts on a cashless society. In research with a marketing perspective, researchers found that a cashless society is related to the process of technology adoption; on the other hand, this was found to be different from the findings of a study by social researchers who found that a cashless society was formed with the support of the sociological environment and applicable norms. From another perspective, the cashless society is found as an effort to control the money supply in society that is difficult to realize without the exchange of values as understood in the Social Exchange Theory. The diversity of these findings forms an important gap in research to be studied further.

This study aims to overview the driving factors and challenges in forming a cashless society. Using the Systematic Literature Review approach, it is hoped that the study results provide a formulation of conditions that can be used to evaluate the cashless society in the past and present to provide predictions about future conditions. The study will be divided into 4 (five) parts: the introduction section currently developed and the methods section explaining the approach and procedure used. Furthermore, various study findings are presented in the results section, and the results are formulated in the conclusion section.

RESEARCH METHODS

This study uses a bibliometric approach to determine the number and trends of studies on a Cashless Society. The databases used are Scopus, Science Direct, Emerald, Springer, and Wiley in 2012-2022. This study used the Publish or Perish 8 tool to dig up the database to be processed and mapped on VosViewer to find the clusters and symptoms of the research the researchers had conducted.

The study used Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (Pati & Lorusso, 2018) to understand a cashless society's driving factors and impacts. The database is owned, and then selection and sorting are carried out according to the procedure to obtain several articles that meet the criteria for analysis. The result of this activity is an overview that has been set related to the cashless society.

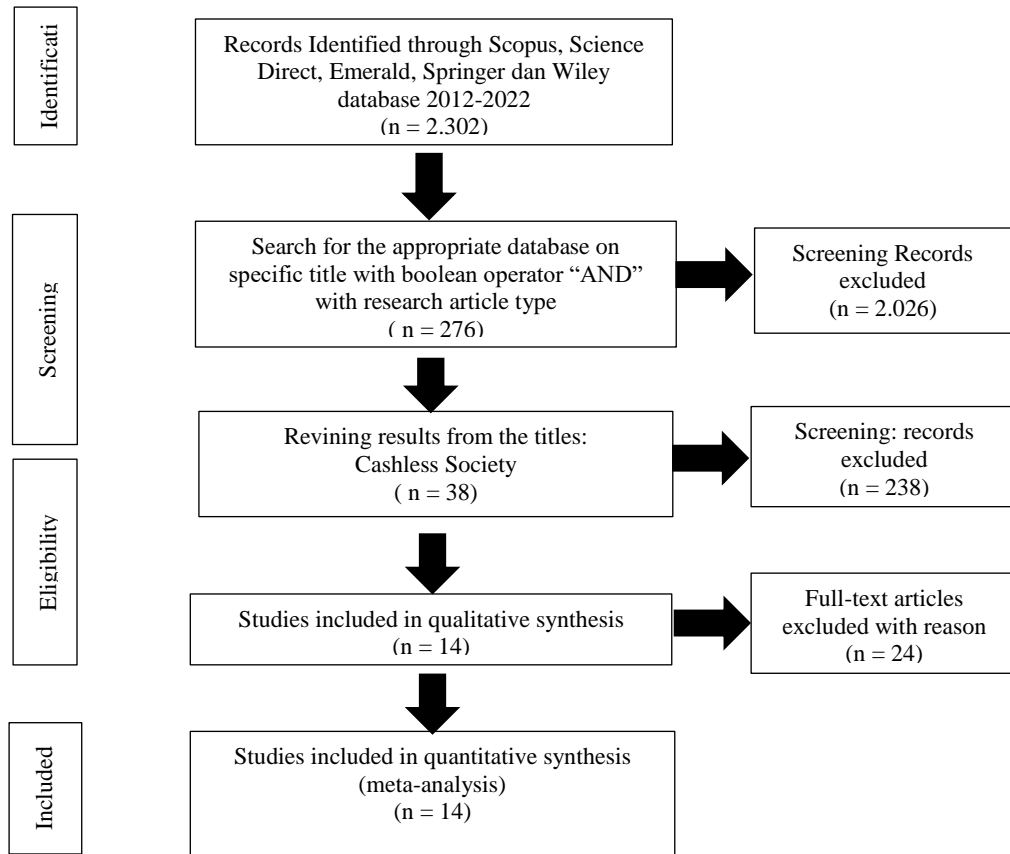


Figure 1. Procedure for Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis (PRISMA)
Source: Pati & Lorusso, (2018)

From the procedures carried out, 2,302 metadata were found in the Scopus database related to the cashless society with the publication year 2012-2022. Of these, 206 publications were syntactically consistent with the terminology of the cashless society, so using qualitative analysis, this study obtained 14 publications for structured studies.

RESULT AND DISCUSSION

Bibliometric Analysis

Studies focusing on cashless society studies have been developed since the 1950s when the development of computers and financial business accelerated after world war II. This encourages researchers to look to the future of centralized and globally connected community

payment transactions. The metadata obtained shows that the study of a cashless society over the past ten years has grown exponentially positively. Figure 2 shows the peak of publication growth occurring in 2018-2022. This can be related to the increasingly high trend of digital payments and the Covid-10 pandemic, which has encouraged researchers to examine non-analog life to increase mobility and payment transactions.

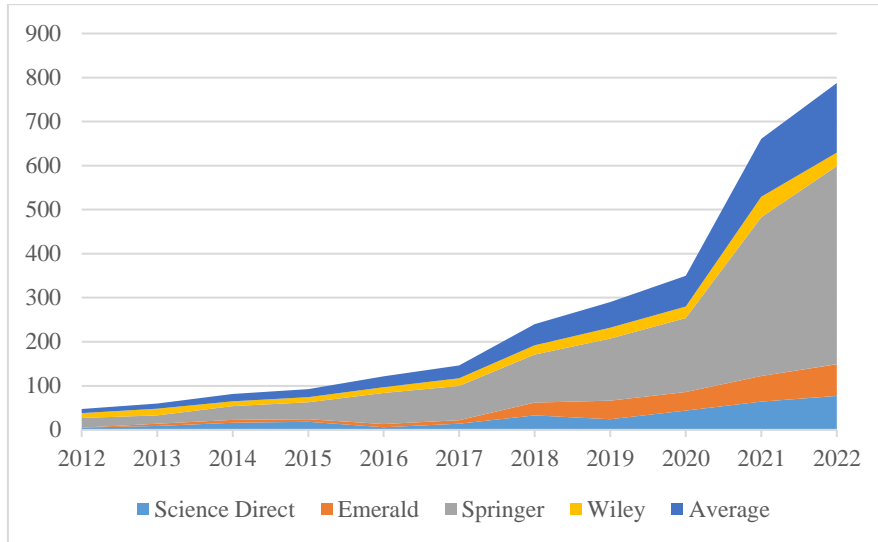


Figure 2. Development of Cashless Society Study 2012-2022
 Source: Research Data (2022)

Citation metrics		Help
Publication years:	2014-2022	
Citation years:	8 (2014-2022)	
Papers:	38	
Citations:	275	
Cites/year:	34.38	
Cites/paper:	7.24	
Authors/paper:	1.00	
h-index:	7	
g-index:	16	
hI,norm:	7	
hI,annual:	0.88	
hA-index:	5	
Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:	19,9,4,3,2	

Figure 3. Citation Metrics On Cashless Society Study 2012-2022
 Source: Research Data (2022)

Publications on the topic of a cashless society can be known as presented in Figure 3, where from 38 metadata found in Publish Perish 8, it has an impact of 275 citations with an average of 34.8 citations per year or equivalent to 7.24 citations per publication. The H-index on this topic was 7, with the average number of authors per article being one person. This shows that the topic of a cashless society has a relatively high appeal and is intertwined with each other.

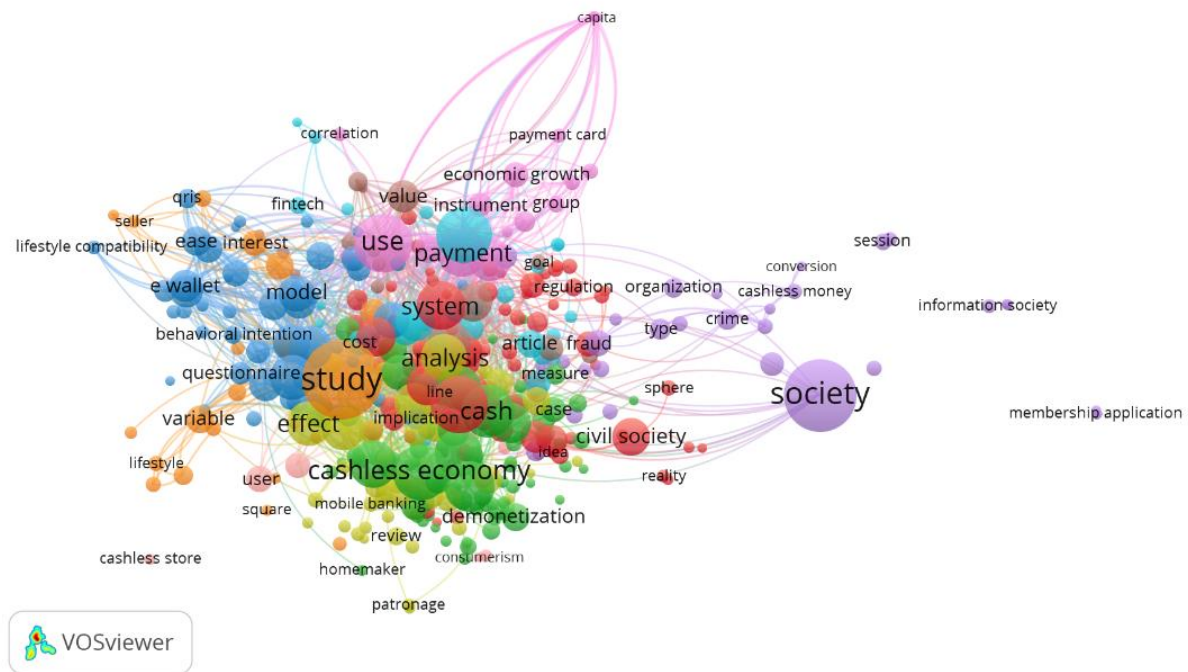


Figure 4. Network Visualization in Cashless Society Study 2012-2022
Source: Research Data (2022)

By utilizing metadata in cashless society studies processed on VosViewer, various study connections were found with various clusters. Figure 4 shows that a cashless society is at least related to community clusters, systems, use, cashless economy, cashless payments, transactions, and cashless policies. This cluster explains that cashless society studies are built on various interconnected conditions and phenomena. The formation of a cashless society on this map is supported and related to a larger system, namely cashless policies in an area, the use of cashless payments, and the adoption of technology by the community.

From the data visualization in Figure 4, it was found that at least 9 clusters of publication networks related to the cashless society. The first cluster has a central point of discussion of society, where the discussion of changes in non-cash payments is linked to community studies. In this cluster, the cashless society is closely related to the information society, organizing, community type, and value conversion. The second cluster's central point is in the "study" terminology. This shows that a cashless society is a research and study topic that researchers continue to develop. This cluster deals with research networks with the terminology of methods, analyses, variables, users, and interests.

Clusters with behavioral intention network points were found to be related to e-wallets, cashless models, convenience, and lifestyle compatibility. This means that a cashless society has been widely studied as a change in people's lifestyles and financial transaction activities. Another cluster has an economic study point of view where a cashless society is closely related to economic growth and capital studies

Content Analysis

Table 1 shows results data from the PRISMA procedure that shows various findings related to supporting factors, challenges, and forms of the current cashless society.

Table 1. Focus and Method of Study

Authors	Focus	Methods
(Bátiz-Lazo et al., 2014)	The adoption and establishment of a cashless society in the retail community in the United States with a setting in the 1960s and 1970s.	Descriptive-qualitative
(Humbani & Wiese, 2017)	Measurement of technology readiness index in mobile payment adoption readiness as part of the cashless society	Quantitative with path analysis
(Rivera, 2019)	The threat of negative impacts in the form of criminal acts and economic disruptions in the formation of a cashless society	Descriptive-qualitative
(Alaeddin et al., 2019)	The growth of private currencies and the urgency of establishing a digital central bank in a cashless society	Descriptive-qualitative
(Alaeddin et al., 2019)	Future forms of corruption in the era of the cashless society	Descriptive-qualitative
(Priandana et al., 2020)	Readiness of microtransaction actors in the use of non-cash payments	Quantitative with multiple-regression
(Lai & Liew, 2021)	Integrating gamification in mobile payment systems	PLS-SEM
(Balakrishnan & Shuib, 2021b)	Model of adoption and readiness of cashless society in Malaysia	PLS-SEM
(van Klyton et al., 2022)	Value co-creation and co-deconstruction process in mobile banking applications for rural communities in Colombia	Qualitative-ethnography
(Loh et al., 2022)	Adoption of wearable payments toward a cashless society	PLS-SEM
(Aboubaker & Mohamed, 2022)	Increased use of card-based payments in retail consumers.	PLS-SEM
(Mohd Thas Thaker et al., 2022)	Supporting factors for the use of e-wallets in society in the context of a cashless society	PLS-SEM
(Anaza et al., 2022)	Digital Payment System 2.0 in shaping the cashless society in the future	Descriptive-qualitative
(Donohue et al., 2020)	Data protection and privacy in a cashless society	Descriptive-qualitative

Source: Research Data (2022)

Based on the data in table 1, various researchers' understandings of a cashless society are known. Most researchers provide a vision that a cashless society is a view of how people make transactions that are in an integrated system, recorded in a database, and no longer anonymous. This condition is considered ideal for suppressing corruption crimes, especially bribery, illegal levies, and gratuities (Alaeddin et al., 2019; Rivera, 2019). Cash has visibly provided opportunities for various irregularities in its use. Various criminal acts are closely related to anonymous transaction patterns so that the perpetrators freely remove/obscure their identities to remove traces. Bribery and corruption crimes are found in various parts of the world with significant amounts of cash to obscure these illegal transactions from the legitimate banking system. The presence of a cashless society where everyone

openly accounts for the transactions they carry out in the banking system effectively suppresses corruption crimes.

The realization of a cashless society cannot be separated from the community's readiness to adopt cashless payment technology. A study (Bátiz-Lazo et al., 2014) asserts that the formation of the "electronic payment society" has become the collective vision of the people of the 1960-1970s era regarding the future of cashless money. This thinking is motivated more by efforts to improve economic conditions, where crises and money inflation have threatened communal life, so there is a need for an alternative economic stimulus faster and safer from fraud. The weakness of paper-based money, namely the cost of printing, damage, and potential counterfeiting, has fostered the idea of electronic money, which banks welcome. But on the other hand, politicians at that time considered that the loss of cash from the payment system was a threat to political stability and hegemony in the economic system. This suggests that the migration of financial transactions in the broader electronic banking system provides opposition to the interests of political control in people's lives.

Financial transactions of great magnitude and unable to be controlled by the state's political power are considered capable of threatening the stability of power in the economic system. This is empirically justified where in many borders of the country with large areas, financial transactions can diverge with the use of foreign currency in the country's territory. This raises problems from the perspective of law and state sovereignty. From the same perspective, cashless transactions across countries are a great opportunity for people in a country to migrate using foreign currency and depend on foreign exchange in the future.

Money liberalization has presented private currencies, one of which is cryptocurrencies (Alaeddin et al., 2019). This form of money is recognized as having value and can be transacted in certain communities without much government interference. Nevertheless, the volatility of cryptocurrencies that are present without a solid underlying will cause societal problems. This currency also does not have the function of driving the real sector, so the aspect of its expediency is very limited. Some countries have banned the circulation of cryptocurrencies to protect their national interests.

Studies (Hütten & Thiemann, 2017) reinforce the argument that private money development is influenced by sentiment over the judgment of a particular figure or community. The value of cryptocurrencies has historically been found to be not related to the value of transactions on underlying physical assets but rather to a more subjective view. This is what in various norms of state law is seen as being able to harm its people. In developing countries, private money has been perceived by the public as a means of investment with high risk, so it is less in demand.

Study (Donohue et al., 2020) Providing contemplation that there is a threat to implementing a cashless society. On the one hand, recording all transactions on the electronic system provides the benefits of openness and suppresses corruption. But on the other hand, the threat of loss of privacy and

the potential for digital money recording errors are important issues that the global community considers. In the era of information technology, privacy is the only space users do not want to violate. Policy owners need to consider the importance of safety and comfort in the ownership of a digital asset in implementing a cashless society in their area.

A study by (Anaza et al., 2022) offers a Digital Payment System 2.0 concept that relies on digital wallets, cryptocurrencies, virtual currency, facial recognition, and mobile payments. The DPS 2.0 pillar was developed to create an automated, faster, flexible, and interoperable payment system. The realization of a cashless society in the context of DPS 2.0 is driven by a digital marketplace that encourages people to transact more through this platform. The potential disadvantage of this system is the increase in people's debt due to a pay-later mentality and consumerism.

The shaping factors and drivers of the realization of a cashless society are found in several publications. A study (Lai & Liew, 2021) Provides that the intention to use Gamified Mobile Payment is influenced by perceived convenience and perceived security. In comparison, the study (Balakrishnan & Shuib, 2021a) provides an understanding that the adoption of cashless payments can be influenced by factors of readiness for use, risk and intrinsic motivation that are deeply shaped by factors of ease of use, expediency, optimism, innovation, and awareness. This shows that the adoption of cashless payments as a shaper of a cashless society needs to be driven by literacy and competence in using cashless payment features. This study is also supported by (Loh et al., 2022), where the factors of expediency, ease of use, cost, and risk perception have shaped the adoption of cashless payments.

Based on the study and structured analysis of various publications in selected metadata, this study produced a model formulation and an overview of the supporting factors, impacts, and challenges of cashless society development, as presented in Figure 5. The driving factor for a cashless society is technological readiness, where electronic systems and internet networks are the main pre-requisite in developing a cashless society. Furthermore, consideration of legal, social norms and modernization-oriented societal values is a driving factor for forming a cashless society. This gives an understanding that a country's legal regime needs to provide partiality to advances in payment technology while protecting its country's interests in such activities. Another driving factor, namely the culture and lifestyle of the community, also determines the formation of a cashless society. As a social system, the cashless society is formed on understanding the social culture between individuals in the modern payment community. People's lifestyles also determine the acceleration of the formation of a cashless society.

The impact of a cashless society in this study was found to improve the quality of transactions in the community. A cashless society encourages financial service providers to increase further the service system's speed, security, and convenience. This is an effort to maintain the existence and expansion of market share in the competition. Another impact is economic growth stemming from the

acceleration of financial transactions that occur in the community. The exchange of goods and services as underlying cashless transactions that are accelerating and reaching different geographies is found to have a broad impact on economic growth. The next impact of the formation of a cashless society is the prevention of banking crimes. All transactions recorded and identified can suppress fraud, forgery, and fraud efforts in public finance transactions.

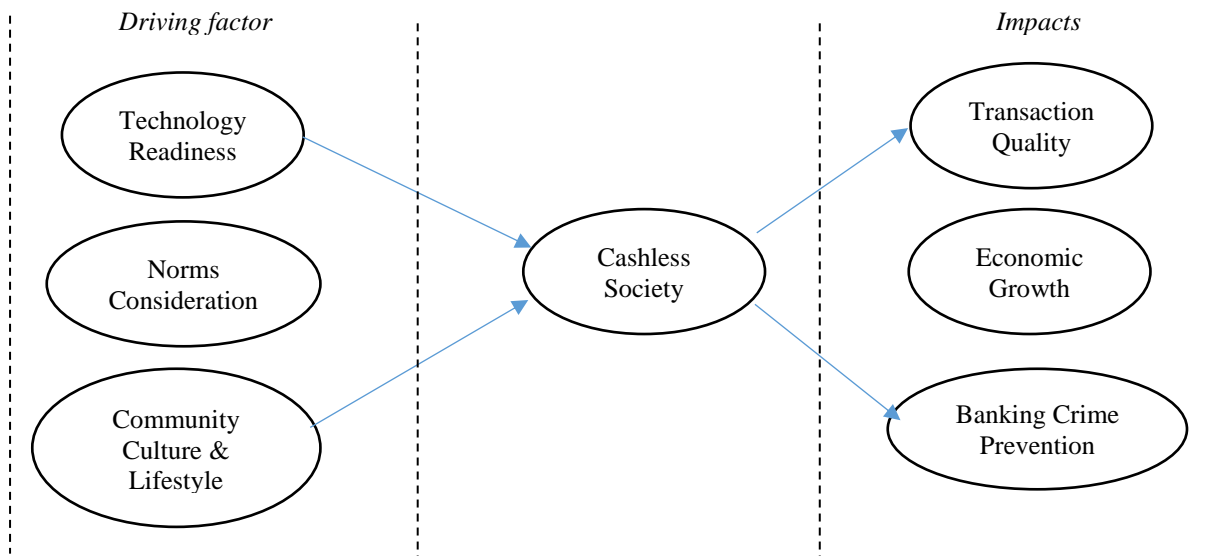


Figure 5. Drivers and the Impact of a Cashless Society
Source: Research Data (2022)

CONCLUSION AND RECCOMENDATION

The development of a cashless society has been motivated by the global growth of the internet and gadget users. The public's need for fast, recorded, and flexible payments encourage the financial and banking industries' provision of cashless payment infrastructure. The study has found that various researchers believe that a cashless society is a collective vision of the world's citizens regarding the future of payment systems. The effectiveness and benefit of forming a cashless society are the speed of economic growth and the decrease in the potential for financial crimes. Paper-based money is considered to provide obstacles in the economy and is used as a vehicle for corruption, illegal levies, and fraud. In forming an effective cashless society, the readiness of individuals to adopt payment technology is found to be the main shaping factor of the cashless society.

This study has provided further research opportunities to test and measure the strength of the driving factors for forming a cashless society through technological readiness, consideration of norms, and aspects of community culture. Similarly, it can be followed up with research on the impact of a cashless society on the banking industry, economic growth, and the prevention of financial crimes. The limitations of this study, in the form of the database, used and the perspective of content analysis can be extended to the focus, method, and formulation of more practical study results.

REFERENCES

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Aboubaker, E. S., & Mohamed, E. M. (2022). The Move Towards Cashless Society: How to Improve Consumers' Use of Bank Cards in Retail Stores? *Studies in Business and Economics*, 17(1), 24–40. <https://doi.org/10.2478/sbe-2022-0002>
- Alaeddin, O., Altounjy, R., Abdullah, N., Zainudin, Z., & Kantakji, M. H. (2019). The future of corruption in the era of cashless society. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(2), 454–458. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7253>
- Anaza, N. A., Bennett, D. H. S., Andonova, Y., & Anaza, E. (2022). DPS 2.0: on the road to a cashless society. *Marketing Letters*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09641-8>
- Arvidsson, N., Hedman, J., & Segendorf, B. (2017). Cashless society: When will merchants stop accepting cash in Sweden - a research model. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 276, 105–113. https://doi.org/10.1007/978-3-319-52764-2_8
- Balakrishnan, V., & Shuib, N. L. M. (2021a). Drivers and inhibitors for digital payment adoption using the Cashless Society Readiness-Adoption model in Malaysia. *Technology in Society*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101554>
- Balakrishnan, V., & Shuib, N. L. M. (2021b). Drivers and inhibitors for digital payment adoption using the Cashless Society Readiness-Adoption model in Malaysia. *Technology in Society*, 65(June 2020), 101554. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101554>
- Bátiz-Lazo, B., Haigh, T., & Stearns, D. L. (2014). How the future shaped the past: The case of the cashless society. *Enterprise and Society*, 15(1), 103–131. <https://doi.org/10.1093/es/kht024>
- Bátiz-Lazo, B., Haigh, T., & Stearns, D. L. (2016). Origins of the Modern Concept of a Cashless Society, 1950s-1970s. *Origins of the Modern Concept of a Cashless Society, 1950s-1970s, November*, 1–416. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-60231-2>
- Donohue, W., Afridi, Z., Sokolyuk, K., Bedwell, T., York, E. R., & Salman, A. A. (2020). Cashless Society: Managing Privacy and Security in the Technological Age. *2020 Systems and Information Engineering Design Symposium, SIEDS 2020*. <https://doi.org/10.1109/SIEDS49339.2020.9106653>
- Fabris, N. (2019). Cashless Society - The Future of Money or a Utopia? *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 8(1), 53–66. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2019-0003>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2017). A Cashless Society for All: Determining Consumers' Readiness to Adopt Mobile Payment Services. *Journal of African Business*, 00(00), 1–21.

<https://doi.org/10.1080/15228916.2017.1396792>

- Hütten, M., & Thiemann, M. (2017). Moneys at the margins: From political experiment to cashless societies. *Bitcoin and Beyond: Cryptocurrencies, Blockchains, and Global Governance*, June, 25–47. <https://doi.org/10.4324/9781315211909>
- Kadar, H. H. Bin, Sameon, S. S. B., Din, M. B. M., & Rafee, P.' Amirah B. A. (2019). Malaysia Towards Cashless Society. *Lecture Notes in Electrical Engineering*, 565, 34–42. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20717-5_5
- Lai, P. C., & Liew, E. J. Y. (2021). Towards a Cashless Society: The Effects of Perceived Convenience and Security on Gamified Mobile Payment Platform Adoption. *Australasian Journal of Information Systems*, 25, 1–25. <https://doi.org/10.3127/AJIS.V25I0.2809>
- Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Hew, J. J., & Ooi, K. B. (2022). Towards a Cashless Society: The Imminent Role of Wearable Technology. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1), 39–49. <https://doi.org/10.1080/08874417.2019.1688733>
- Mohd Thas Thaker, H., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Iqbal Hussain, H. (2022). Cashless society, e-wallets and continuous adoption. *International Journal of Finance and Economics*, September 2021, 1–21. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>
- Pati, D., & Lorusso, L. N. (2018). How to Write a Systematic Review of the Literature. *Health Environments Research and Design Journal*, 11(1), 15–30. <https://doi.org/10.1177/1937586717747384>
- Priananda, I., Stevani, M., Sutanto, T. I., & Mariani, M. (2020). Grassroots economy towards cashless society: An empirical analysis of micro-merchant's readiness in continuing the usage of cashless payment system. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 929–938.
- Rivera, J. W. (2019). Potential negative effects of a cashless society: Turning citizens into criminals and other economic dangers. *Journal of Money Laundering Control*, 22(2), 350–358. <https://doi.org/10.1108/JMLC-04-2018-0035>
- Supattanakul, O., & Maliwan, E. (2020). Comparative study of the readiness of people for a cashless society between Songkhla municipality and Hatyai municipality, Songkhla province, Thailand. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(3), 218–226.
- Susanto, E., Hendrayati, H., Rahtomo, R. W., & Prawira, M. F. A. (2022). Adoption of Digital Payments for Travelers at Tourism Destinations. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(2), 741–753.
- Susanto, E., Solikin, I., & Purnomo, B. S. (2022). A Review of Digital Payment Adoption in Asia. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 4(11), 01–15. <https://doi.org/10.35631/aijbes.411001>

van Klyton, A., Tavera-Mesias, J. F., & Castaño-Muñoz, W. (2022). Value co-creation and co-destruction in the first cashless society in Colombia – a middle range theory approach. *Information Technology and People*, 35(4), 1298–1325. <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0273>

Yakean, S. (2020). E-Payment System Drive Thailand to Be a Cashless Society. *Review of Economics and Finance*, 18, 87–91. <https://doi.org/10.55365/1923.X2020.18.10>

Can ESG Policy Become the Sustainability Catalyst of Company Performance During Covid-19 Pandemic?

Nora Sri Hendriyeni*

Business Accounting Study Program, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta, Indonesia
nora.hendriyeni@gmail.com

Benediktus Tandya Pinasthika

Bachelor of Business Accounting, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta, Indonesia
bpinasthika@gmail.com

Ilham Muhammad Akbar

Bachelor of Business Accounting, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta, Indonesia
ilham.akbr2525@gmail.com

(* Corresponding Author

Received: 15-02-2023 | Accepted: 12-06-2023 | Published: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kebijakan Environment, Social, and Governance (ESG) terhadap kinerja perusahaan selama pandemi Covid-19. Diharapkan pengaruh tersebut dapat menjadi pertimbangan, baik bagi prinsipal (perusahaan) maupun agen untuk mengembangkan suatu kebijakan di masa pandemi, terutama terkait dengan kebijakan ESG. Studi tentang pengungkapan ESG bertujuan untuk memverifikasi apakah kebijakan yang diprosikan dengan pengungkapan Global Reporting Initiative (GRI) standar dalam laporan keberlanjutan, mempengaruhi kinerja perusahaan, yang diprosikan dengan rasio Tobin's Q, sebagai ukuran untuk menemukan respon pasar. Studi ini didasarkan pada urgensi bahwa pandemi mengubah pandangan investor tentang perusahaan. Selanjutnya, lingkungan bumi mengalami perubahan drastis selama pandemi. Penulis gagal memverifikasi H1 atau pengaruh pengungkapan ESG terhadap kinerja perusahaan. Di sisi lain, H2 dan H3, termasuk variabel kontrol, secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Independensi Direksi dan Dewan Komisaris juga memiliki pengaruh yang signifikan namun negatif. Bagi perusahaan, studi ini memiliki implikasi praktis di mana pengungkapan kebijakan ESG tidak signifikan karena pola pikir manajemen, yang masih berfokus pada kondisi jangka pendek. Oleh karena itu, perlu untuk mengembangkan rencana strategis jangka panjang dengan mempertimbangkan faktor keberlanjutan.

Kata Kunci:

Environment; Social; and Governance (ESG); Pandemi Covid -19; Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

This study is conducted to discover the influence of environmental, social, and governance (ESG) policy on company performance during the Covid-19 pandemic. Both the company principal and agent are expected to consider the impact of developing a policy during the pandemic, especially concerning ESG policy. The ESG disclosure study aims to verify whether the policy, which is proxied with standard Global Reporting Initiative (GRI) disclosure in the sustainability report, influences company performance, which is proxied with Tobin's Q ratio as a measure to discover the market response. It is founded on the urgency that the pandemic alters investors' views about the company. This research failed to verify H1 or the influence of ESG disclosure on company performance. On the other hand, H2 and H3, including control variables, significantly influence company performance, as well as the Independence of the board of directors (BoD) and board of commissioners (BoC), which also have a significant but negative influence. This study has practical implications in which disclosure of ESG policy does not significantly influence company performance due to the management mindset, which still focuses on short-term conditions. It is thus necessary to develop a long-term strategic plan while taking sustainability into account.

Keywords:

Environment; Social; Good Corporate Governance; Covid-19 Pandemic; Company Performance

INTRODUCTION

Covid-19 pandemic, which happened globally for almost 2 years, changes all aspects of human life, from social, economics, education, health, to environment. Not all countries are prepared to face it, but the these last 2 years encouraged every stakeholder to be agile in maintaining their activities in the present condition. For example, Singapore has already applied a policy to face Covid-19 virus as an endemic, similar to common flu (Nurdiana, 2021). This is undoubtedly followed by the increase of vaccination rates and, in particular, battle weariness among the society (Xinghui, 2021; Yuen-C, 2021). Essentially, the pandemic cannot be separated from human activities, including business establishments in non-renewable energy sector who conduct mass deforestation (Rosenberg, 2020). Marco Lambertini (WWF Director General), Elizabeth Maruma Mrema (UN Executive Secretary), and Maria Neira (Director of Department of Environment, Climate Change and Health at WHO) warned how a number of diseases, ranging from Zika, AIDS, Nipah virus, SARS, to Ebola, shift from animals to humans when environmental disasters occur. They believe that depraved relationship between nature and human being (including mass deforestation, wildlife trade, and animal husbandry) can cause more pandemic in the future (Lambertini et al., 2020).

On the other hand, the pandemic has raised the awareness on the implementation of Environmental, Social, and Governance (ESG) principles. They drive more interest on sustainable investment, where company's stock performance and ESG score are positively related even during this pandemic (Pratama, 2021). The pandemic becomes a wake-up call for investors to be more aware of ESG principles. Data from *Otoritas Jasa Keuangan* (OJK/Financial Services Authority) reveals that ESG-based global investment management fund experienced a 32.25% rise from Rp12.65 trillion at the end of 2020 to Rp16.73 trillion in July 2021 (Dirgantara, 2021). Additionally, a survey done by J.P. Morgan on investors, represent a total of \$ 12.9 trillion of asset under management (AUM) in 50 global institutions with regard to their prediction on the impact of Covid-19 to the future of ESG investment. 71% respondents stated that it is 'likely' or 'highly likely' that Covid-19 would raise the global awareness and action to address serious risks of climate change and loss of biodiversity. Such raise is a positive catalyst for ESG. This view was supported by the majority (55%) of the survey respondents, who viewed it as a positive catalyst in the next three years (J.P.Morgan, 2020). In a report done on 2020 titled *Covid-19 Risks Outlook A Preliminary Mapping and Its Implications*, World Economic Forum (WEF) indicated that at least 65% of the communities under G-20 agree to conduct recovery from the pandemic by means of environment-friendly method (green recovery) (World Economic Forum, 2020). Lockdown and work from home policy have, at the minimum, became the catalyst to reduce carbon emissions and pollution. For example in Beijing-Tianjin-Hebei areas, China experienced a drop of particles of PM2.5 in the air (Stanway, 2021).

Jakarta also experienced similar occurrence, where its residents can witness the clear blue sky as the pollution level decreased from 60 mcg/cbm to 40 mcg/cbm a month after the pandemic struck

(Adji, 2020). According to Supadi & Sudana (2018), environmental performance positively influences financial performance, because a company with good environmental performance will receive favourable response from the stakeholders, which in turn will result in long-term rise of company revenue. Result from another research revealed that environmental performance influences ROA (return on assets) in companies with gold rating (Angelia & Suryaningsih, 2015). A relatively high CSR disclosure was reported among manufacture companies listed on IDX (Indonesian Stock Exchange) and it could improve the companies' financial capability (ROA) (Luthan et al., 2018) (37). Another research indicated that CSR provides value for shareholders by means of operational performance, where CSR program implementation can act as a method to serve customers who are responsive to sustainable practice. CSR program improves employees' satisfaction and encourages the use of more efficient technology or production process (e.g. environment-friendly technology) (Flammer, 2015). The argument supporting small board size suggests that it is quite difficult to organize and coordinate a large group of people. Large board size inflates cost for the company and prolongs time to resolve problems caused by quarrels, which influence company performance (Pucheta-Martínez and Gallego-Álvarez, 2019). Smaller-size board is more effective when the company requires the board of directors (BoD) to perform its monitoring role (Pillai & Al-Malkawi, 2018). Theoretically, resource dependence indicates that larger board is advantageous when the company seeks for quality advice (Nguyen and Thanh, 2021).

Empirical evidence of board diversity generates various results. For example, heterogenous board has long-term impact on company goals (Naciti, 2019); diversity adversely influences company performance (Liang, Lin, Yu, and Li, 2021); and diversity is insignificant for large company to innovate (Zona et al., 2013). However, most results agree that diversity plays an important role in establishing board functions. This creates different culture, new mindset, equality, fairness, and new perspective, as well as improves competence profile in the meeting room (Bydr, 2018). As sustainability issue goes in line with ESG, McKinsey recorded that 57% executives and professional investors agree that ESG generates shareholder value (McKinsey & Company, 2020b). On the other hand, the period of 2009-2019 saw an exponential increase in short-term and long-term period in each aspect. Such findings were revealed due to the effect of the country's political state which encourages the importance of ESG program implementation to meet shareholders' expectations. A case study conducted by McKinsey Global Institute indicated the need of reduced dividends on natural capital in response to climate change (McKinsey & Company, 2020a). Sustainability issue is also supported by OJK by completing a Roadmap of Sustainable Finance Stage II to accelerate the implementation of ESG principles in Indonesia with a focus on comprehensively creating sustainable financial ecosystem by engaging all related parties and encouraging cooperation development with other parties. OJK requires actors of financial services industry to construct reports regarding the implementation of ESG principles in their business plans, convey such reports to the public, and adapt to climate change aimed at low-carbon

economy. In this context, financial services sector plays an important role in accelerating economic recovery through a change from conventional business pattern into the sustainable one. Such change can be integrated with technological advancement. Financial industry can utilize technological advancement to facilitate the provision of green financing, improvement of business process efficiency, and innovation of environment-friendly product (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

In particular, Covid-19 pandemic leads to a change in policy related to ESG principles. Attention must be paid to its implementation by the principal and agency for the purpose of sustainability and improvement of company performance. This will be useful when a change in policy actually needs to be implemented from pre-pandemic to current pandemic time. The objective of this study is to discover the influence of ESG disclosure on company performance during Covid-19 pandemic.

Good Corporate Governance

In 1999, Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) published *Principles of Corporate Governance* (edited in 2004 and 2015), defining that corporate governance comprises of series of relation between corporate management, BoD, shareholders, and other stakeholders (OECD, 1999). Corporate governance also includes a structure to define company objectives and method to achieve them, as well as to monitor company performance (Otoritas Jasa Keuangan & International Finance Corporation, 2014). On the other hand, the framework of corporate governance must promote transparent and fair market, as well as efficient allocation of resources. This must be consistent with the applicable regulation and must support effective supervision and enforcement (OECD, 2015). The revelation of Enron scandal encouraged the world to agree on implementing good governance as specified in G-24 UNCTAD (Kabeyi, 2020). OECD also developed four important aspects of corporate governance (Otoritas Jasa Keuangan & International Finance Corporation, 2018), i.e. fairness, responsibility, transparency, and accountability. Particularly in Indonesia, one more aspect is added, i.e. independence, defined as independence of every person in the organization in his/her effort to conduct good governance. Based on that idea, Indonesian jurisdiction established two codes and principles to be implemented in a company, i.e. Indonesia Good Corporate Governance Code by the Komite Nasional Kebijakan Governance (National Committee for Governance Policy/KNKG) (KNKG, 2006) that is voluntary and Corporate Governance Guidelines of Public Companies that is mandatory and regulated by a regulator, i.e. Financial Services Authority (OECD, 2021).

Environment, Social, Governance

ESG was first coined in 2005 in an important study entitled *Who Cares Wins*. At the time being, ESG investment is estimated to have reached more than \$20 trillion of Assets Under Management (AUM), or approximately one-fourth of all professionally managed assets worldwide. Its rapid growth

is founded on the preexisting Socially Responsible Investment (SRI) movement. However, unlike SRI which is founded on ethics and morality criteria and most of them uses negative screen, such as no investment in alcohol, tobacco, and firearm, ESG investment is founded on the assumption that ESG factors are financially relevant (Kell, 2018). The three aspects are related to sustainability issues pointed out by John Elkington under the concept of triple bottom line, known as 3P (profit, people, planet) concept focusing on economy, environment, and social (27) principles (Isil and Hernke, 2017).

	Economic	Environmental	Social
Typical Measures	Sales, profit, ROI	Air quality	Labor practices
	Taxes paid	Water quality	Community impacts
	Monetary flows	Energy usage	Human rights
	Jobs created	Waste produced	Product responsibility
	Total	Total	Total

Sources: Isil and Hernke (2017)

Resource-Based Theory

Resource-based theory, developed relative to revolutionary economics, defines excellent and sustainable performance of a company focused on the company’s differential capability to develop new capability in the time of environmental change; resource-based view is more proximate to sustainability concept (Hitt et al., 2015). This theory will help managers to understand more about corporate resource in order for a business corporate to operate more efficiently than diversified corporate does (Assensoh-Kodua, 2019).

Stewardship Theory

Stewardship theory is proposed as an alternative for (some may define it as a complement to) agency theory. Unlike agency theory which focuses on control and conflict, stewardship theory highlights cooperation and collaboration (Balakrishnan et al., 2015). The latter theory is identified by the idea of serving others, instead of self-interest (Neubaum et al., 2016). This theory states that individual, including the director, are often times motivated by the consideration regarding fairness, justice, and concern about others (Contrafatto, 2014). Directors often see themselves as reliable stewards of the company to perform satisfying and professional job, and they are closely attached to company purpose which emphasizes personal interest (Keay, 2017).

Hypothetical Development

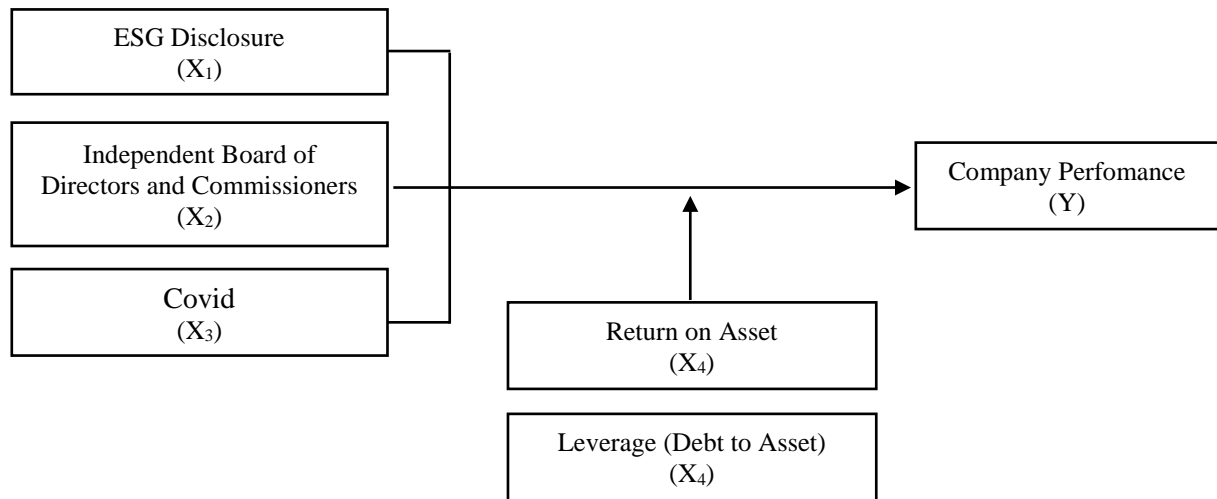


Figure 1. Conceptual Framework

Influence of ESG Disclosure on Company Performance

According to Statement of Financial Accounting Concept No. 1 by Financial Accounting Standards Board (1978), the focus of financial statement is profit and its component. Disclosure of corporate social responsibility highly influences corporate sustainability and adds corporate value, prompting numerous companies to disclose such responsibility regarding their environment principle. Companies with good environmental performance are good news for investor and potential investor, and they will be positively responded by the investor, which in turn will influence their performance. Additionally, a change in environment and climate throughout the pandemic prompts sustainable investment to gain more recognition, in which company's share performance and ESG score are positively related (Pratama, 2021). A company will disclose an information as long as it can improve company value (Huang et al., 2020). Based on a CSR-related research by Tanggamani et al. (2022), CSR is proven to positively influence company's performance or financial performance. With CSR, it is expected that the company will attain social legitimacy and maximize its financial capacity in the long term. This indicates that companies applying CSR expect to gain positive response from market participants.

H1: ESG disclosure influences company performance

Influence of Independent Board of Directors and Board of Commissioners on Company Performance

Covid-19 crisis highlights the role of board supervision in alleviating the risk of uncertainty as the crisis aftermath. The pandemic brought about greater external risks, prompting the executives to restructure capital, policy, and organizational design in short- and long-term emergency case (Foss, 2020). When the pandemic disrupt all aspects of company operations, BoD must put more effort into

typical supervision role of the directors and maintain their independence, as well as policy establishment role combined with active supervision (Crocì et al., 2020; Foss, 2020). The board must assist in designing program for anticipating crisis and improving company performance, for example, by preparing a program to distribute labor sustainability plan. The board must consider new technology, limit of executive compensation, and many other adjustment possibilities with new business realities.

H2: Independent board of directors and board of commissioners influence company performance

Influence of Covid-19 on Company Performance

Covid-19 pandemic affects company’s profitability, causing it to decline significantly due to purchasing power weakens and interest rate rises. Company’s total sales will be impacted by the decreasing purchasing power. The pandemic has significant negative impact to every employee in China due to the declining total revenue, which in turn, causes ROA to decline (Shen et. al. 2020). A prior research also explained how the pandemic significantly affect company performance (Devi et. al., 2020).

H3: Covid-19 influences company performance

RESEARCH METHODS

This is a quantitative study. With its quantitative method, object of the study is described by means of collected data or sample as is, without analysis and publicly applicable conclusion.

Variable Operationalisation

Table 1. Variable Operationalisation

	Variable	Measurement
IV	ESG Disclosure	GRI Disclosure 102, 103, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419 in Sustainability Report
IV	Independent BoD and BoC	Total number of independent BoD and BoC divided by total number of BoD and BoC
IV	Covid-19	The year pandemic strikes (Dummy variable; 0 2019; 1 2020)
DV	Company’s Performance	Tobin’s Q
VC	Return on Asset (ROA)	Income after tax divided by total asset
VC	Leverage (Debt to Asset)	Total debt divided by total asset

Research Model

$$Tobin's\ Q = \alpha_0 + \alpha_1 ESGD + \alpha_2 DEBTASSET + \alpha_3 INDBODC + \alpha_4 COVID + \alpha_5 ROA$$

Explanation:

Tobin’s Q	: Company performance	DEBTASSET	: Leverage ratio (debt to asset)
0	: Constant coefficient	INDBODC	: Independence of BoD and BoC
1-5	: Independent variable coefficient	COVID	: Pandemic fiscal year
ESGD	: Disclosure of ESG Policy	ROA	: Return on asset

Population and Data Sample

Population of this study are 187 mining and agricultural companies listed on IDX the period of 2019-2020. Samples were collected using convenience sampling method which engaged samples collected from the most common or accessible part of population. The samples comprise of 16 companies selected based on the expected criteria, i.e. companies having their ESG score listed on CSRhub and publishing their Sustainability Report. Thus, there are 32 observations as the data of this study.

In the context of sampling, data were collected from companies in agriculture and energy because they intersect the most with ESG issues. These sectors relate directly with pollutant in the environment, thus sample selection is important and is expected to correlate directly with the variables to be examined.

Samples were collected based on CSRhub data beyond the existing compliance criteria, such as the construction of sustainability report. The writers believe that when companies have their ESG score posted in CSRhub, it indicates their intention to make ESG policy beyond the existing standard. This is a sure sign that they are progressive companies in terms of ESG policy implementation.

Table 2. Population and Sample

No.	Criteria	Total Companies	Total Data
1	Agricultural and mining companies listed on IDX	187	374
2	Agricultural and mining companies without ESG score in CSRhub	(156)	(312)
3	Agricultural and mining companies who failed to publish Sustainability Report in 2019 and/or 2020	(15)	(30)
Total eligible research samples		16	32

Sources: IDX (2021)

Data Collection Method

Data in this study are secondary data collected from Annual Report, Sustainability Report, and Financial Report of agricultural and mining companies during the period of 2019-2020.

Data Analysis Technique

Analysis is conducted on data collected from 16 eligible companies. In particular, statistical analysis is conducted using STATA Version 16. Data analysis is conducted using descriptive analysis and multiple linear regression analysis methods, involving four independent variables (i.e. ESG Disclosure, Leverage, Independent BoD and BoC, and Covid-19), one control variable (ROA), and one dependent variable (Firm Size) to test the proposed hypotheses and analyze the influence or relationship between independent and dependent variables.

RESULT AND DISCUSSION

ESG Disclosure Score

Table 3. ESG Disclosure Score

Company Code	Score in 2019	Score in 2020
AALI	0.51	0.49
ADRO	0.60	0.58
ANTM	0.61	0.55
BRMS	0.47	0.55
BUMI	0.57	0.56
DEWA	0.55	0.55
INCO	0.70	0.67
INDY	0.39	0.39
ITMG	0.39	0.61
MDKA	0.33	0.36
MEDC	0.38	0.37
MYOH	0.48	0.49
PTBA	0.53	0.72
SSMS	0.32	0.36
TINS	0.55	0.50
UNTR	0.37	0.43

Sources: Thomson and Reuter Database (2021)

The table 3. that displays ESG score based on GRI (Global Reporting Initiative) guidelines. An average 49% of the companies have disclosed their indexes based on the guidelines.

Descriptive Statistics

Table 4. Descriptive Statistics

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
TOBINSQ	32	0.8983	0.7801	0.09	4.058
ESGD	32	1.0154	0.3952	0.33	1.969
INDBODC	32	0.1996	0.0640	0.09	0.38
COVID	32	0.5000	0.5080	0	1.0000
ROA	32	0.0287	0.0593	-0.1	0.16
DEBTASSET	32	0.9546	1.8683	0.13	8.14

The result of descriptive statistics analysis indicates TOBINSQ variable with 32 data, minimum value of 4.05, maximum value of 0.9, mean value of 0.89, and standard deviation value of 0.78.

Normality Test

Table 5. Normality Test

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	Adj. chi2(2)	Prob>chi2
TOBINSQ	32	0.2195	0.2613	3.02	0.2212
ESGD	32	0.3893	0.6118	1.06	0.5888
INDBODC	32	0.2933	0.3525	2.13	0.3449
COVID	32	0.5000	0.0000	0	0.0000
ROA	32	0.1644	0.4703	2.67	0.2636
DEBTASSET	32	0.0015	0.0092	13.08	0.0014

Result of normality test indicates that only TOBINSQ, ESGD, INDBODC, and ROA variables have prob > chi2 value above the alpha (0.05), meaning that the tested data are normal, with values respectively of 0.2212, 0.5888, 0.3449, and 0.2636. On the other hand, DEBTASSET and COVID variables are considered abnormal because they are below the alpha with values respectively are 0.0014 and 0.0000.

Heteroskedasticity Test

Table 6. Heteroskedasticity Test		
Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity		
Ho	:	constant variance
Variables	:	ESGD DEBTASSET INDBODC COVID ROA
Chi (1)	=	4.96
Prob > chi2	=	0.4207

Result of heteroskedasticity test indicates that prob > chi2 = 0.04207 or above alpha (0.05), meaning that no heteroskedasticity issue occurs.

Multicollinearity Test

Table 7. Multicollinearity Test		
Colinearity Statistic	VIF	No multicollinearity occurs
ESGD	1.41	
INDBODC	1.21	
COVID	1.19	
ROA	1.04	
DEBTASSET	1.35	

The analysis using multicollinearity test suggests that respective VIF values of ESGD is 1.41, DEBTASSET 1.35, INDBODC 1.21, ROA 1.19, and COVID 1.04 < 10.00. Therefore, multicollinearity does not occur in independent variables in regression model.

Autocorrelation Test

Table 8. Autocorrelation Test		
N(res <= -.129143089056015)	=	16
N(res > -.129143089056015)	=	16
Obs	=	32
N(runs)	=	16
z	=	-.36
Prob> z	=	0.72

Based on the result of autocorrelation test, probability value from run test result was 0.72 or 72%, which was above the significance value of 5%. It can be concluded that autocorrelation issue does not occur in this study.

Linear Regression

Table 9. Regression Test Results

Unstandardized Coefficients	Std Error	T	Sig.	[95% Conf. Interval	
ESG Disclosure	0.315	-1.15	0.259	-1.012	0.2839
Independent Board of Directors and Commissionees	2.288	-2.23	0.035***	-9.797	-0.391
COVID	0.24	1.89	0.068*	-0.038	0.9516
ROA	1.879	5.22	0.000***	5.956	13.682
Keverage (Debt to Asset)	0.061	4.00	0.000***	0.1202	0.37430
R-Square= 0.611 Sig. F = 0.000					
*= Significance 10%					
**= Significance 5%					
***= Significance 1%					

The table above displays output from data calculation using STATA. It can be seen that R² is 0.6878. Thus, it can be discovered that ESGD (X1), INDBODC (X2), COVID (X3), ROA (X4), and DEBTASSET (X5), or collectively referred to as independent variables, are 61.1% to define Company Performance (Y). The remaining 39.9% is defined by other variable not analyzed in this study.

Output from STATA is F, calculated using Sig rate of 0.000. Sig rate in the table is 0.000 < 0.05, indicating that ESGD (X1), INDBODC (X2), COVID (X3), ROA (X4), and DEBTASSET (X5) simultaneously influence Company Performance (Y).

T test, known as partial test, is applied to test the influence of each independent variable on dependent variable. As seen in the table, Sig. X1 value on Y is 0.259 > 0.05, thus H1 is rejected, indicating that X1 has no influence on Y. This result is in line with the one from prior research that the disclosure of ESG policy is focused on incompliance with rules about ESG, and related to how investor are still focused on financial data without understanding on ESG policy yet (Zaitul et al., 2021; Arasyssi et al., 2016). On the other hand, similar research in Malaysia suggests that there is no difference between companies disclosing their ESG policy comprehensively and those who do it partially, as such disclosure does not influence company performance (Atal et al., 2018). This indicates that in developing countries, investors have not yet appreciated this disclosure.

The influence of Sig. X2 value on Y is 0.035 < 0.05, thus it can be concluded that H2 is accepted with 5% significance, indicating a significant influence of X2 on Y. Its negative value suggests that the increase of X2 value will cause Y to decrease and vice versa. This is in line with prior research that the presence of independent BoD and BoC is considered as not yet capable of impacting company performance in conducting its control function (Fadillah, 2017).

The influence of Sig. X3 value on Y is 0.069 < 0.05, thus it can be concluded that H3 is accepted with 10% significance, meaning that X3 influences Y. The negative coefficient value indicates that the presence of Covid-19 pandemic will decrease company performance and vice versa. This is in line with prior research that Covid-19 pandemic significantly impacts company performance (Devi et al, 2020).

The influence of Sig. X4 value on Y is $0.00 < 0.05$, thus it can be concluded that X4 significantly influences Y. High profit is a good indication of company prospect which prompts investors to participate in increasing share demand. Increase of share demand will improve company value. Result of this study is in line with that of prior research that asset recovery significantly influences company value/performance (Thakur dan Workman, 2016).

The influence of Sig. X5 value on Y is $0.00 < 0.05$, thus it can be concluded that 5% significance results in the significant influence of X5 on Y. The result of data processing indicates that the higher the leverage, the higher value of company performance. This result is in line with that of prior research which also discovers positive relation between leverage and company value/performance (Ramlan, 2020) and that leverage is directly related to company value/performance by the improved corporate governance quality (Zhou et al., 2021).

CONCLUSION

This study on ESG disclosure aims to verify whether ESG policy, which is proxied with standard GRI disclosure in the sustainability report, influences company performance, which is proxied with Tobin's Q ratio as a measure to discover market response. The study is founded on the urgency that the pandemic alters investor's view of the company and that the earth – represented by the environment – undergoes drastic change during the pandemic. This resulted in the improvement of global society awareness of sustainability amidst the pandemic since 2020 until currently. However, in testing the hypotheses, the writers failed to verify H1, i.e. influence of ESG disclosure on company performance. This failure is caused by the lack of company policy related to sustainable finance, company indecision, and investor disbelief on the transparency of ESG policy. Additionally, ESG policy mostly regulates matters related to compliance with the policy and is not yet comprehensive. Furthermore, instead of focusing on cost reduction, the policy focuses more on cost center which will impact the company in the long run. Meanwhile, H2 and H3, including control variable, have significant influence on company performance. On the other hand, independence of BoD and BoC has significant but negative influence, because the selection of both boards is still affected by conflict of interest and political issue that will impair the independence of GCG principle. Although ESG disclosure is not influential yet for company performance in Indonesia, company management must consider the Resource-based Theory that in this ever-changing environment, the utilization of company operation and business must be more efficient in order to apply the concept of sustainability (Hitt et al., 2015). Additionally, disclosure of ESG score based on GRI disclosure in energy and agricultural sectors is still under 50%, i.e. 49%. Based on Stewardship Theory, the company must emphasize on cooperation and collaboration (Hadjielias et al., 2022) by improving its concern to others' interest. Among the ways is to conduct actions related to environmental issue in a good and professional manner.

Theoretical and practical Implications

Theoretical implication of this study is understanding the influence of disclosing ESG policy, BoD and BoC's independence, leverage ratio, Covid-19s pandemic, and ROA on company performance. This study certainly becomes a literary contribution for academicians, because studies on ESG are still scarce and ESG itself is a new topic. As to the practical implication, is for the companies to understand that disclosure of ESG is insignificant, due to the mindset of company management that is still focused on short-term condition. Efforts are required to develop long-term strategic plan while taking sustainability into account. Investor should also be more optimistic with the company's disclosure of ESG policy, as it indicates the company's support for sustainability while implementing good governance, in order to improve share values of the company. Additionally, the government as represented by OJK might encourage companies to submit their sustainability reports as a form of supervision as required by laws. Hence, appreciation of stock market value will improve

Research Limitation

On the other hand, this study has several limitations as follows: (1) The samples are only from the companies in mining and agriculture sectors, causing the result of this study to be unqualified for drawing general conclusion regarding the influence of ESG disclosure on company performance during the pandemic; and (2) only 32 data samples were used in this study using time-series method during the period of 2019-2020. Such limited number of sample is insufficient for multiple linear regression test as it resulted in biased sample. Thus, for subsequent study, the writers suggested the following: (1) Future writers can develop a study with a mediator variable which strengthen the influence of ESG disclosure on company performance; (2) Future writers can use samples from financial and banking companies that are highly regulated, which will generate different results from those of the study on mining and agriculture sectors.

REFERENCES

- Adji, M. F. P. (2020, April 21). Cleaner air gives Jakartans rare view on nearby mountains. *The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/21/cleaner-air-gives-jakartans-rare-view-on-nearby-mountains.html>
- Angelia, D., & Suryaningsih, R. (2015). The Effect of Environmental Performance And Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 348–355. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.045>
- Arayssi, M., Dah, M. and Jizi, M. (2016). Women on boards, sustainability reporting and firm performance. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 7 No. 3, pp. 376-401. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2015-0055>
- Assensoh-Kodua, A. (2019). The resource-based view: a tool of key competency for competitive advantage. *Problems and Perspectives in Management*. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.12](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.12)
- Atan, R., Alam, M.M., Said, J. and Zamri, M. (2018). The impacts of environmental, social, and governance factors on firm performance: Panel study of Malaysian companies. *Management of Environmental Quality*, Vol. 29 No. 2, pp. 182-194. <https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2017-0033>
- Balakrishnan, J., Malhotra, A., & Falkenberg, L. (2015). Multi-level corporate responsibility: A comparison of Gandhi's trusteeship with stakeholder and stewardship frameworks. *Journal of Business Ethics*, 141(1), 133–150. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2687-0>
- Byrd, M. Y. (2018). Diversity branding strategy: Concealing implicit stereotypes and biased behaviors. *Advances in Developing Human Resources*, 20(3), 299–312. <https://doi.org/10.1177/1523422318778006>
- Contrafatto, M. (2014). Stewardship Theory: Approaches and Perspectives, Accountability and Social Accounting for Social and Non-Profit Organizations. *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 17 Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 177-196. <https://doi.org/10.1108/S1041-706020140000017007>

- Croci, E., Hertig, G., Khoja, L., & Lan, L. L. (2020). The Advisory and Monitoring Roles of the Board-Evidence from Disruptive Events. *SSRN Electronic Journal*, April. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3581712>
- Devi, Sunitha, Ni Made Sindy Warasniasih, Putu Riesty Masdiantini & Lucy Sri Musmini. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on the Financial Performance of Firms on the Indonesia Stock Exchange. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 23, No. 2, August – November 2020, pages 226 – 242.
- Dirgantara, H. (2021, August 15). Investor kini semakin melirik reksadana global berbasis ESG. *Kontan*. <https://investasi.kontan.co.id/news/investor-kini-semakin-melirik-reksadana-global-berbasis-esg>
- Fadilah, Adil Ridlo. (2017). Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ45. *Jurnal Akuntansi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi*.
- Flammer, C. (2015). Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach. *Management Science*, 61(11), 2549–2568. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038>
- Foss, N. J. (2020). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Firms' Organizational Designs. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.12643>
- Hadjielias, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Khan, H. (2022). Social impact through family firms' interorganizational relationships within a community and a cooperative: An embedded view of stewardship. *Journal of Business Research*, 139, 584–601. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.005>
- Hitt, M. A., Xu, K., & Carnes, C. M. (2015). Resource based theory in Operations Management Research. *Journal of Operations Management*, 41(1), 77–94. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2015.11.002>
- Huang, W.-B., Liu, J., Bai, H., & Zhang, P. (2020). Value assessment of companies by using an enterprise value assessment system based on their public transfer specification. *Information Processing & Management*, 57(5), 102254. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102254>
- Isil, O., & Hernke, M. T. (2017). The triple bottom line: A critical review from a transdisciplinary perspective. *Business Strategy and the Environment*, 26(8), 1235–1251.

<https://doi.org/10.1002/bse.1982>

Jeremiah Barasa Kabeyi, M. (2020). Corporate governance in manufacturing and management with analysis of governance failures at Enron and Volkswagen Corporations. *American Journal of Operations Management and Information Systems*, 4(4).
<https://doi.org/10.11648/j.ajomis.20190404.11>

J.P.Morgan. (2020). *Why COVID-19 Could Prove to Be a Major Turning Point for ESG Investing*.
<https://www.jpmorgan.com/insights/research/covid-19-esg-investing>

Keay, A. (2017). Stewardship theory: Is board accountability necessary? *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1292–1314. <https://doi.org/10.1108/ijlma-11-2016-0118>

Kell, G. (2018, June 11). The Remarkable Rise of ESG. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/sites/georgkell/2018/07/11/the-remarkable-rise-of-esg/?sh=2972aedb1695>

KNKG. (2006). *Indonesia's Code of Good Corporate Governance*.
<http://arikamayanti.lecture.ub.ac.id/files/2015/02/GCG-Indonesia-Bapepam.pdf>

Lambertini, M., Mrema, E. M., & Neira, M. (2020, June 17). Coronavirus is a warning to us to mend our broken relationship with nature. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jun/17/coronavirus-warning-broken-relationship-nature>

Liang, L., Lin, T., Yu, H., & Li, Y. (2021). The impact of political connection and board diversity on Company Performance: Evidence from China. *Managerial and Decision Economics*, 43(6), 2347–2357. <https://doi.org/10.1002/mde.3529>

Luthan, E., Rizki, S. A., & Edmawati, S. D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(2), 204–219. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i2.2754>

McKinsey & Company. (2020a). *Reduced dividends on natural capital?*
https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business_functions/sustainability/our_insights/reduced_dividends_on_natural_capital/mgi-reduced-dividends-on-natural-capital.pdf?shouldIndex=false

- McKinsey & Company. (2020b). *The ESG premium: New perspectives on value and performance*.
https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business_functions/sustainability/our_insights/the_esg_premium_new_perspectives_on_value_and_performance/the-esg-premium-new-perspectives-on-value-and-performance.pdf?shouldIndex=false
- Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: The effect of a board composition on firm Sustainability Performance. *Journal of Cleaner Production*, 237.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117727>
- Neubaum, D. O., Thomas, C. H., Dibrell, C., & Craig, J. B. (2016). Stewardship climate scale. *Family Business Review*, 30(1), 37–60. <https://doi.org/10.1177/0894486516673701>
- Nguyen, L.-T. and Thanh, C.-L. (2022), The influence of board characteristics on environmental performance: evidence from East Asian manufacturing industries. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 17 No. 10, pp. 2702-2720. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2020-0744>
- Nurdiana, T. (2021, August 19). Hidup Dengan Covid-19. *Kontan*.
<https://insight.kontan.co.id/news/hidup-dengan-covid-19>
- OECD. (1999). *OECD Principles of Corporate Governance*.
[https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=C/MIN\(99\)6&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=C/MIN(99)6&docLanguage=En)
- OECD. (2015). *G20/OECD Principles of Corporate Governance*.
<https://www.oecd.org/daf/ca/Corporate-Governance-Principles-ENG.pdf>
- OECD. (2021). *OECD Corporate Governance Factbook 2021*.
<https://www.oecd.org/corporate/Corporate-Governance-Factbook.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Roadmap Keuangan Berkelanjutan TAHAP II (2021 – 2025)*.
[https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Keuangan-Berkelanjutan-Tahap-II-%282021-2025%29/Roadmap Keuangan Berkelanjutan Tahap II %282021-2025%29.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Keuangan-Berkelanjutan-Tahap-II-%282021-2025%29/Roadmap%20Keuangan%20Berkelanjutan%20Tahap%20II%282021-2025%29.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan, & International Finance Corporation. (2014). *The Indonesia Corporate Governance Manual First Edition*. <https://www.ojk.go.id/Files/box/The-Indonesia-Corporate-Governance-Manual-First-Edition.pdf>

- Otoritas Jasa Keuangan, & International Finance Corporation. (2018). *Indonesia Corporate Governance Manual Second Edition*. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/e66bacdc-07c6-40f3b0948d3ca96a77a0/Indonesia_CG+Manual_2nd_Edition.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mf8483z
- Pillai, R., & Al-Malkawi, H. A. N. (2018). On the relationship between corporate governance and firm performance: Evidence from GCC countries. *Research in International Business and Finance*, 44, 394–410. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.110>
- Pratama, A. (2021, July 27). Ini Pentingnya Penerapan ESG untuk Investasi Berkelanjutan. *INews IDX Channel*. <https://www.idxchannel.com/economics/ini-pentingnya-penerapan-esg-untuk-investasi-berkelanjutan>
- Pucheta-Martínez, M. C., & Gallego-Álvarez, I. (2019). Do board characteristics drive firm performance? an international perspective. *Review of Managerial Science*, 14(6), 1251–1297. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00330-x>
- Ramlan, H. (2020). The Effect of Leverage and Liquidity on the Companies' Performance. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 12(4).
- Rosenberg, L. (2020, June 23). World health leaders: “Human activity to blame for diseases like COVID-19.” *World Economic Forum Green Matters*. <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/the-un-who-and-wwf-believe-emerging-infectious-diseases-are-driven-by-human-activities/>
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on firm performance. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2213-2230.
- Stanway, D. (2021, January 15). China air quality improved in 2020 on lockdowns, tougher quality control. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-china-pollution-idUKKBN29K0E4>
- Supadi, Y. M., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 1165. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i04.p09>
- Thakur, R., Workman, L. (2016), Customer portfolio management (CPM) for improved customer relationship management (CRM): Are your customers platinum, gold, silver, or bronze? *Journal of Business Research*, 69(10), 4095-4102.

- Vani Tanggamani, Azlan Amran, & T. Ramayah. (2022). CSR practices disclosure's impact on corporate financial performance and market performance: Evidence of Malaysian public listed companies. *International Journal of Business and Society*, 23(1), 604–613. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4632.2022>
- World Economic Forum. (2020). *COVID-19 Risks Outlook A Preliminary Mapping and Its Implications*. [Http://www3.weforum.org/docs/WEF_COVID_19_Risks_Outlook_Special_Edition_Pages.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_COVID_19_Risks_Outlook_Special_Edition_Pages.pdf)
- Xinghui, K. (2021, July 20). Singapore's 'living with Covid-19' road map suffers setback as restrictions return. *SCMP*. <https://www.scmp.com/week-asia/health-environment/article/3141796/singapores-living-covid-19-road-map-suffers-setback>
- Yuen-C, T. (2021, June 24). Singapore preparing road map for living with Covid-19. *The Straits Times*. <https://www.straitstimes.com/singapore/singapore-preparing-road-map-for-living-with-covid-19>
- Zhou, M., Li, K., & Chen, Z. (2021). Corporate Governance Quality and financial leverage: Evidence from China. *International Review of Financial Analysis*, 73, 101652. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101652>
- Zona, F., Zattoni, A., & Minichilli, A. (2013). A Contingency Model of Boards of Directors and Firm Innovation: The Moderating Role of Firm Size. *British Journal of Management*, 24(3), 299–315. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2011.00805.x>

Kinerja Keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 Sebelum dan Sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*

Amalia Putri Kusuma*

Sarjana Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Jl. RS. Fatmawati Raya, DKI Jakarta, Indonesia
enk@stp-bandung.ac.id

Siti Hidayati

Sarjana Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Jl. RS. Fatmawati Raya, DKI Jakarta, Indonesia
sitihidayati@upnvj.ac.id

(*) Penulis Korespondensi

Diterima: 17-02-2022 | Disetujui: 20-12-2022 | Dipublikasi: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti I (KBMI I) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* nomor: 13/POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan. Periode pengamatan tiga tahun sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* (2015–2017) dan tiga tahun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* (2018–2020). Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan Bank KBMI 1 yang telah dipublikasikan di Otoritas Jasa Keuangan selama tahun 2015–2020. Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dan diperoleh 51 Bank yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari jumlah Bank KBMI 1 sebanyak 58 Bank. Proses olah data menggunakan bantuan SPSS 26 dan teknik analisis kajian *Paired Sample T-Test* dan *Wilcoxon Sign Rank Test*. Setelah dilakukan olah data maka didapatkan hasil penelitian bahwasanya terdapat perbedaan pada profitabilitas sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* Bank KBMI 1 dan tidak terdapat perbedaan pada likuiditas serta permodalan Bank KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*. Berdasarkan hasil penelitian ini Bank KBMI 1 dapat mempertimbangkan untuk menambah inovasi layanan dan produk Bank terkait pengelolaan keuangan dalam menilai kinerja keuangan Bank terutama untuk menaikkan tingkat profitabilitas Bank.

Kata Kunci:

POJK Financial Technology; Profitabilitas; Likuiditas; Permodalan

ABSTRACT

This study aims to determine differences in the financial performance of Bank Groups Based on Core Capital I (KBMI I) registered with the Financial Services Authority before and after the enactment of POJK *Fintech* number;13/POJK.02/2018 Regarding Digital Financial Innovation in the Financial Services Sector. The observation period is three years before the implementation of the POJK *Fintech* (2015–2017) and three years after the implementation of the POJK *Fintech* (2018–2020). The research data was obtained from the financial reports of Bank KBMI 1, which the Financial Services Authority published during 2015–2020. The research technique used was *probability sampling*, and obtained 51 banks as samples in this study from the number of Bank KBMI 1 as many as 58 banks. The data processing process uses SPSS 26 assistance and analysis techniques of *Paired Sample T-Test* and *Wilcoxon Sign Rank Test*. After processing the data, the results showed differences in profitability before and after the implementation of POJK *Fintech* Bank KBMI 1. There were no differences in liquidity and capital of Bank KBMI 1 before and after the implementation of POJK *Fintech*. Based on the results of this study, Bank KBMI 1 may consider adding to the innovation of Bank services and products related to financial management in assessing the Bank's financial performance, especially to increase the level of profitability of the Bank.

Keywords:

POJK Financial Technology; Profitability; Liquidity; Capital

PENDAHULUAN

Pada periode digital masa kini teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat, sehingga masyarakat lebih mudah dalam mengakses informasi-informasi terkini, serta memudahkan masyarakat untuk menangani segala pekerjaan dengan fitur-fitur layanan elektronik yang tentunya lebih efektif dan efisien. *Fintech* merupakan istilah yang dipakai untuk menerangkan suatu perusahaan yang mengusulkan teknologi secara modern dibidang keuangan. Berbagai perusahaan sudah menggunakan *Fintech* sejak tahun 2010 (Saksonova & Kuzmina-Merlino, 2017). Kemajuan sistem informasi dan teknologi terus membawa banyak inovasi, terutama yang berhubungan dengan teknologi guna melengkapi segala kebutuhan manusia meliputi kebutuhan akan pengerjaan transaksi dan layanan finansial, ini dinyatakan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor. 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. *Fintech* sudah memiliki perangkat hukum saat ini, dimana telah ditetapkannya kebijakan yang melindungi pengawasan serta peraturan industri *Fintech* dalam Peraturan OJK RI Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan.

Rancangan *Fintech* pada lembaga perbankan merujuk pada kemajuan teknologi yang digabungkan dengan bidang finansial, yang diharapkan bisa memudahkan dalam tahapan transaksi keuangan lebih modern, praktis, mencakupi layanan keuangan berteknologi digital yang sekarang di Indonesia sudah berkembang, yaitu *digital banking*, *payment channel system*, *online digital insurance*, *crowd funding* dan (P2P) *peer to peer lending*. (Marginingsih, 2019).

Kemudahan *Financial Technology* juga bisa memberikan risiko terhadap industri perbankan terutama pada Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 dimana pada proses pemberian pinjaman, Bank memberikan kepada nasabahnya prasyarat khusus serta perbankan yang kaku dan bertele-tele dalam proses administrasi, sehingga menjadikan masyarakat lebih menyukai layanan *Financial Technology* yang simpel dan tidak bertele-tele. Oleh karena itu digitalisasi perbankan berdampak pada pemotongan *margin* yang bisa berefek terhadap profitabilitas Bank (Puspawangi, 2020). Jadi dengan hadirnya *fintech lending* yang menawarkan ketentuan-ketentuan yang lebih mudah daripada kredit mikro perbankan, banyak nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan *platform* perusahaan *financial technology* terkait pengajuan kredit dari pada Bank, sehingga perusahaan *Fintech* akan mengambil alih ranah kredit/pembiayaan pada Bank KBMI 1, yang berdampak pada dana pihak ketiga bank-bank tersebut tidak terserap dalam bentuk pinjaman yang diberikan.

Bank dalam praktik perekonomian bisa berfungsi sebagai lembaga *financial intermediary* yaitu menghimpun dana dalam bentuk tabungan dari masyarakat yang mempunyai kelebihan modal serta selanjutnya mendistribusikan dana tersebut dalam bentuk kredit pada pihak yang membutuhkan atau kekurangan modal. Terdapat beberapa jenis Bank di Indonesia salah satunya adalah Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021, mengatur pengelompokkan Bank berdasarkan modal inti (KBMI), mulai dari KBMI 1, KBMI 2, KBMI 3 dan

KBMI 4. KBMI 1 ialah Bank dengan modal inti hingga 6 triliun rupiah. Pengelompokan berdasarkan dengan KBMI jika dikaitkan dengan BUKU maka KBMI 1 setara dengan BUKU 1 dan BUKU 2, terdapat 58 bank didalam KBMI 1. Kegiatan yang dilakukan Bank KBMI 1 juga merupakan kegiatan-kegiatan yang terbatas dan mendasar menurut Otoritas Jasa Keuangan kegiatan yang dilakukan yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana, kerja sama dan keagenan serta *electronic banking* dan kegiatan sistem pembayaran. Saat ini, jumlah *Fintech* dibandingkan dengan jumlah KBMI 1 memiliki perbandingan yang sangat jauh, perusahaan *Fintech* lebih banyak dibandingkan dengan jumlah KBMI 1. Perusahaan *Fintech* membuat cara pemberian kredit menjadi lebih terukur dan cepat. Hal tersebut dapat menjadikan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 untuk lebih berkaca kepada *Fintech* agar dapat melayani masyarakat secara mudah dan cepat, sehingga keberadaan *Fintech* dapat memacu kinerja Bank Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 untuk meningkatkan pelayanan baik dalam pemberian kredit maupun jasa Bank lainnya.

Menurut Shahchera (2012), terdapat faktor eksternal dan internal yang dapat memberikan pengaruh kepada kinerja keuangan Bank secara umum. Faktor eksternal terhubung dengan ekonomi makro seperti nilai tukar mata uang asing serta inflasi. Sementara faktor internal ialah faktor-faktor yang terdapat pada Bank yang mempengaruhi kinerja keuangan perbankan seperti profitabilitas, likuiditas dan permodalan. Profitabilitas ialah rasio untuk memperkirakan kapabilitas suatu perusahaan pada mendapatkan profit ataupun keuntungan (Kasmir, 2016). Bank KBMI 1 tiga tahun sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 memiliki profitabilitas yang baik karena mengalami peningkatan pada *income* dan pemberian kredit ritelnya pun masih dalam keadaan baik-baik saja. Namun semakain berkembangnya perusahaan *Fintech* di Indonesia, dapat mengancam profitabilitas Bank KBMI 1, jikalau Bank KBMI 1 tidak segera berbenah memperbaiki system layanannya. Pemberian kredit ritel yang semula menjadi lahan Bank KBMI 1 saat ini harus bersaing ketat dengan layanan kredit yang diberikan oleh perusahaan *Fintech*. Diberlakukannya POJK No. 13/POJK.02/2018 memberikan kemudahan bagi perusahaan *Fintech* dalam menjalankan kegiatan usahanya. Bank KBMI 1 tidak boleh berdiam diri dan hanya melihat bahwa usahanya tersingkir oleh berkembangnya perusahaan *Fintech*, yang membuat profitabilitas Bank KBMI 1 menurun sejak pemberlakuan POJK tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Qinannar (2018) dan Mar'atushsholihah & Karyani (2021) yang menyebutkan bahwasanya ada perbedaan kinerja keuangan dalam profitabilitas antara sebelum serta sesudah *Financial Technology*. Maka terhadap perbedaan profitabilitas KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 diperoleh hipotesis ;

H1 : Profitabilitas Bank KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Financial Technology* No. 13/POJK.02/2018 berbeda.

Likuiditas ialah perbandingan untuk menentukan kapabilitas perusahaan pada membayar kewajiban jangka pendek (Kasmir, 2016). Untuk mengetahui tingkat likuiditas pada Bank, umumnya

dilakukan penghitungan terhadap *Loan to Deposit Ratio* (LDR). Berdasarkan Dewi *et.al* (2016), perhitungan rasio LDR ialah perbandingan yang menerangkan seberapa jauh kemampuan Bank pada membayar kembali penarikan dana yang dapat terjadi sewaktu-waktu dan dilakukan oleh nasabah yang melakukan penyimpanan dengan mengendalikan kredit yang telah diberikan. Peningkatan pada rasio LDR disebabkan oleh dua hal yaitu adanya peningkatan kredit yang diberikan dan yang kedua adanya penurunan dana pihak ketiga (Akbar, 2019). Besarnya nilai kredit yang bisa disalurkan oleh Bank akan menentukan tingkat profit Bank. Jika nilai kredit yang didistribusikan terjadi kenaikan, maka akan berpengaruh pula pada makin tingginya kesempatan Bank pada mendapatkan laba dari pendapatan bunga (N. W. S. K. Dewi & Yadnyana, 2019).

Bank KBMI 1 telah menjalankan fungsinya dengan baik pada saat sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 dimana pertumbuhan LDR mencapai 92,74% Namun tingkat LDR Bank KBMI 1 mengalami penurunan setelah kehadiran POJK *FintTech* No. 13/POJK.02/2018 menjadi 91,11% yang menyebabkan pertumbuhan kredit yang tidak sesuai dengan pertumbuhan pihak ketiga. Hal ini berarti setelah muncul dan beroperasinya perusahaan *Fintech* berakibat pada kinerja keuangan perusahaan *incubment* karena pertumbuhan kredit yang menurun tidak sesuai dengan pertumbuhan dana pihak ketiga. Menurunnya pertumbuhan kredit maka menyebabkan pendapatan bunga Bank menjadi menurun. Menurut penelitian Wijaya (2020) dan Mar'atushsholihah & Karyani (2021) menyatakan bahwasanya ada perbedaan kinerja keuangan dalam likuiditas sebelum serta sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*. Maka terhadap perbedaan likuiditas KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 diperoleh hipotesis ;

H2 : Likuiditas Bank KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Financial Technology* No. 13/POJK.02/2018 berbeda.

Menurut Mokoagow & Fuady (2015), penilaian permodalan merupakan perhitungan terhadap kecukupan modal dalam memperkirakan resiko pada saat ini serta resiko di masa yang akan datang. Kecukupan modal yaitu segi yang menaksirkan apakah modal yang dimiliki Bank mampu mencapai kapasitas yang mencukupi dalam mendukung aktivitas usahanya. Apabila penyaluran kredit yang dimiliki besar akibat banyaknya nasabah yang mengajukan kredit kepada Bank, maka membuat nilai Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) makin besar, akibatnya kemampuan modal Bank pada menangani peluang terjadinya risiko yang disebabkan oleh aktivitas operasional Bank akan makin rendah, begitupun sebaliknya. Bank KBMI 1 sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 memiliki permodalan yang cukup baik dimana Bank masih dapat menyalurkan kredit dengan baik sehingga nilai Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) baik dengan rata-rata permodalan sebesar 23,28%. Bank juga masih dapat menangani peluang terjadinya risiko yang dipicu oleh makin rendahnya aktivitas operasional Bank. Dengan makin berkembangnya layanan *Fintech* maka akan berpengaruh pula pada permodalan perbankan. Setelah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 nilai rata-rata permodalan Bank KBMI 1 meningkat menjadi 25,71 yang berarti Bank

tidak dapat menyalurkan kreditnya dengan baik. Permodalan Bank harus meningkat karena apabila terdapat penurunan likuiditas yang menyebabkan penambahan modal yang dimiliki oleh Bank dari hasil pendapatan bunga. Hal ini terjadi agar Bank tetap bisa menyalurkan dan menjaga kredit apabila terjadi resiko. Menurut penelitian Wijaya (2020) dan Mar'atushsholihah & Karyani (2021) menyatakan bahwasanya ada perbedaan kinerja keuangan dalam permodalan antara sebelum serta sesudah POJK *Fintech*. Maka terhadap perbedaan permodalan KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 diperoleh hipotesis ;

H3 : Permodalan Bank KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Financial Technology* berbeda

METODE RISET

Populasi dan Sampel

Populasi pada observasi ini, yaitu perusahaan perbankan yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode tahun 2015-2020. Sampel penelitian adalah kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 (KBMI 1) yang terdaftar di OJK periode tahun 2015 hingga 2020. Teknik penentuan sampel yang dipakai ialah *probability sampling* dan dengan bantuan rumus Slovin maka dari 58 populasi didapatkan 51 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Beberapa Bank KBMI 1 tersebut adalah PT Allo Bank Indonesia, Tbk, PT Bank Capital Indonesia, Tbk, PT Bank Fama Internasional, PT Bank Ganesha, serta PT Bank Mestika Dharma.

Jenis dan Sumber Data

Observasi ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu data tidak langsung yang diperoleh lewat laporan keuangan yang diterbitkan oleh Bank KBMI 1 dan dipublikasikan di OJK selama tahun 2015-2020.

Teknik Analisis Data

Periode pengamatan pada observasi ini dikelompokkan jadi dua yakni, tiga tahun sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* (2015–2017) dan tiga tahun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* (2018–2020). Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan Bank KBMI 1 yang telah dipublikasikan di Otoritas Jasa Keuangan selama tahun 2015–2020. Data kuantitatif dipakai untuk menganalisis data dari variabel-variabel penelitian yaitu profitabilitas, likuiditas dan permodalan. Berikut adalah pengukuran variabel penelitian :

1. Profitabilitas

Profitabilitas diketahui dengan perhitungan ROA atau *Return on Asset*. Rumus untuk menghitung ROA :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. Likuiditas

Likuiditas diukur menggunakan LDR atau *Loan to Deposit Ratio*. Formula yang dipakai untuk menghitung LDR :

$$LDR = \frac{\text{Total Kredit}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

3. Permodalan

Permodalan diukur dengan CAR atau *Capital Adequacy Ratio*. Rumus menghitung CAR adalah :

$$CAR = \frac{\text{Modal}}{\text{Asset Tertimbang Menurut Risiko}} \times 100\%$$

Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Microsoft Excel* dan *Statistical Package for The Social Sciences* (SPSS) versi 26 dengan menerapkan uji beda dengan melakukan pengujian statistik deskriptif, pengujian normalitas serta uji hipotesis. Tujuan observasi ini adalah untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 (KBMI 1) periode tiga tahun sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 (2015–2017) dan sesudah tiga tahun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 (2018–2020). Untuk mencapai hasil penelitian yang diinginkan, maka dilakukan urutan proses penelitian :

1. Statistik Deskriptif

Statistik *deskriptif* pada observasi ini, dilakukan dengan melakukan perbedaan minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi melalui tiap rasio keuangan yaitu rasio profitabilitas (ROA), likuiditas (LDR) dan permodalan (CAR).

2. Uji Normalitas

Uji *Kolmogorov-smirnov* (K-S) dipakai pada observasi ini untuk pengujian normalitas. Kalau data berdistribusi normal akan dipakai uji t berpasangan atau *paired sample t-test*. Sedangkan pengujian non parametrik yakni *wilcoxon signed ranks test* dipakai untuk uji hipotesis data yang berdistribusi tidak normal. Untuk melakukan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov test* dengan derajat signifikan yang dipakai ialah 5% ataupun 0.05. Jikalau probabilitas (Asymp.Sig) > 0,05 maka data terdistribusi normal.

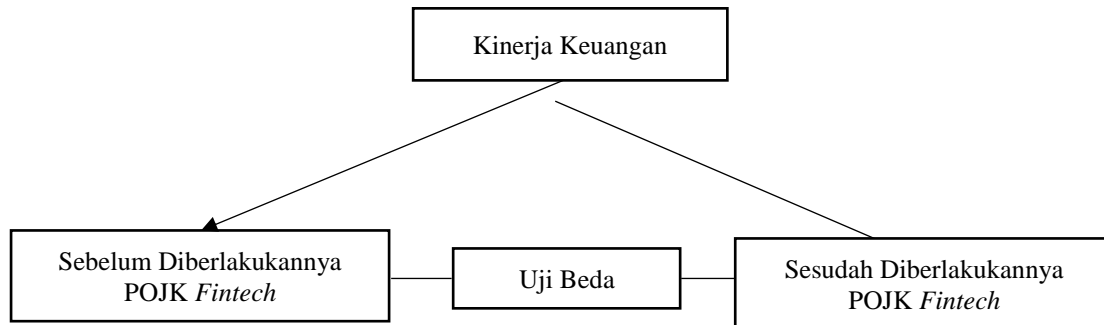
3. Uji Hipotesis

Sesudah memperoleh hasil dari pengujian normalitas, berikutnya ialah melaksanakan pengujian hipotesis. Apabila hasil pengujian normalitas adalah data yang terdistribusi normal, berarti uji hipotesis yang dilaksanakan ialah pengujian *paired sample t-test*. Dan bila perolehan dari pengujian

normalitas adalah data tidak terdistribusi normal, maka uji hipotesis yang dilaksanakan ialah pengujian *wilcoxon signed rank test*.

Model Penelitian

Model penelitian dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Kerangka penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif mendeskripsikan suatu data, yang dilihat dari hasil perhitungan nilai, rata-rata (*mean*), maximum, minimum serta standar deviasi dari setiap variabel penelitian.

Tabel 1. Hasil statistik deskriptif

	Profitabilitas Sebelum	Profitabilitas Sesudah	Likuiditas Sebelum	Likuiditas Sesudah	Permodalan Sebelum	Permodalan Sesudah
<i>Mean</i>	,018527	,015476	,938686	,938784	,274749	,332078
<i>Maximum</i>	,1199	,1589	2,8780	3,5446	1,1877	3,5884
<i>Minimum</i>	-,0206	-,0558	,5391	,4215	,1556	,1480
<i>Std.Dev</i>	,0200238	,0262330	,3141861	,4165051	,1583503	,4799017

Sumber : Hasil olah data (2022)

Berdasarkan tabel 1, bisa diamati hasil dari statistik deskriptif yang menunjukkan terdapatnya perbedaan nilai mean kinerja keuangan sebelum serta sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Rata-rata profitabilitas sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 adalah 0,018527 dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 mengalami penurunan menjadi sebesar 0,015476. Rata-rata likuiditas sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 adalah 0,938686 dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 mengalami kenaikan menjadi sebesar 0,938784. Dan rata-rata permodalan sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 adalah 0,274749 dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 mengalami kenaikan menjadi sebesar 0,332078.

Uji Normalitas

Hasil pengujian *kolmogorov-smirnov* (K-S) sebelum outlier pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji kolmogorov-smirnov (K-S) sebelum outlier

Variabel	Periode	Taraf Signifikansi	Signifikansi (Asymp.Sig)	Keterangan
Return on Asset	Sebelum POJK	0.05	0.009	Tidak Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.000	Tidak Normal
Loan Deposit to Ratio	Sebelum POJK	0.05	0.000	Tidak Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.000	Tidak Normal
Capital Adequacy Ratio	Sebelum POJK	0.05	0.000	Tidak Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.000	Tidak Normal

Sumber : Hasil olah data (2022)

Menurut tabel 2, menjelaskan bahwasanya data tidak terdistribusi normal dengan nilai signifikansi dari seluruh variabel karena nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai taraf signifikansi yaitu $<0,05$. Oleh sebab tersebut dilaksanakan uji outlier data dengan tujuan supaya menghilangkan data yang bersifat ekstrim atau data yang terlihat sangat berbeda jika dibandingkan dengan data penelitian lainnya dan dianggap sebagai penyebab tidak normalnya data yang tersedia. Penghilangan data outlier dilakukan dengan melihat acuan pada grafik *boxplot*. Setelah menghilangkan angka-angka yang terletak diluar *boxplot*.. Hasil uji *kolmogorov-smirnov* pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji kolmogorov-smirnov (K-S) sesudah outlier

Variabel	Periode	Taraf Signifikansi	Signifikansi (Asymp.Sig)	Keterangan
Return on Asset	Sebelum POJK	0.05	0.200	Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.200	Normal
Loan Deposit to Ratio	Sebelum POJK	0.05	0.200	Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.200	Normal
Capital Adequacy Ratio	Sebelum POJK	0.05	0.032	Tidak Normal
	Sesudah POJK	0.05	0.200	Normal

Sumber : Hasil olah data (2022)

Menurut tabel 3, diketahui bahwasanya nilai ROA dan LDR memiliki data yang terdistribusi normal, hal tersebut disebabkan nilai sig yang lebih besar daripada derajat signifikan ($\text{sig} > 0.05$), sehingga metode hipotesis yang dipakai yakni teknik analisis parametrik yaitu *paired sample t test*. Sedangkan CAR sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 memiliki data tidak terdistribusi normal namun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 memiliki data terdistribusi dengan normal sehingga hipotesis yang dipakai yaitu teknik analisis non parametrik yakni *wilcoxon signed ranks test*.

Uji Hipotesis

Uji Paired Sample T-test

Hasil pengujian *paired sample t test* pada tabel 4. Dari hasil pengujian pada tabel 4, dengan taraf keyakinan 0.05, sehingga didapatkan perolehan seperti pada variable ROA diperoleh nilai t yaitu 5.320. Sedangkan untuk nilai *asymp.sig (2-tailed)* diperoleh nilai 0.000 artinya lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan bisa disimpulkan bahwasanya ROA sebelum serta setelah POJK *Fintech* No.

13/POJK.02/2018 berbeda. Pada variabel LDR diperoleh nilai t yaitu 1.807. Sedangkan nilai *asym.sig* (2-tailed) diperoleh sejumlah 0.080 maknanya lebih besar dari 0.05 ($0.080 > 0.05$) dan dapat disimpulkan bahwasanya LDR sebelum dan setelah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda.

Tabel 4. Hasil uji *paired sample t-test*

Hipotesis	Variabel	T	Asymp.Sig (2-tailed)	Kesimpulan
H1	ROA Sebelum POJK	5.320	.000	Berbeda
	ROA Sesudah POJK			
H2	LDR Sebelum POJK	1.807	.080	Tidak Berbeda
	LDR Sesudah POJK			

Sumber : Hasil olah data (2022)

Wilcoxon Signed Rank Test

Hasil pengujian *wilcoxon signed ranks test* pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji *wilcoxon signed ranks test*

Hipotesis	Variabel	Z	Asymp.Sig (2-tailed)	Kesimpulan
H3	CAR Sebelum POJK	-,241	.809	Tidak Berbeda
	CAR Sesudah POJK			

Sumber : Hasil olah data (2022)

Berdasarkan tabel 5, dengan taraf keyakinan 0.05, sehingga didapatkan perolehan pada variable *capital adequacy ratio* memberikan nilai z sejumlah -0,241. Sedangkan nilai *asym.sig* (2 tailed) diperoleh nilai sebesar 0.809 artinya lebih besar dari 0.05 ($0.809 > 0.05$) dan bisa disimpulkan bahwasanya CAR sebelum dan setelah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda.

Pembahasan

Profitabilitas Sebelum dan Sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*

Dari hasil pengujian hipotesis, bisa dilihat bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA atau *Return on Assets* memberikan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil bila dibandingkan nilai α yakni $0.000 < 0.05$. Ini berarti H_0 ditolak serta H_a diterima yang artinya ROA KBMI 1 sebelum dan sesudah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 berbeda. Dengan kata lain dengan diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018, mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang diamati dari kemampuan Bank dalam mendapatkan keuntungan. Maka hipotesis pertama penelitian ini diterima.

ROA dipakai untuk melihat sejauh mana kegiatan operasional Bank mampu memperoleh keuntungan dari aset yang ada. Keuntungan yang semakin meningkat dapat menjadi suatu sinyal positif dan begitupun sebaliknya. Adanya perbedaan rasio tersebut dikarenakan dengan menurunnya kinerja perusahaan yang diukur dari kemampuan perusahaan mendapatkan laba. Hal ini menunjukkan bahwasanya setelah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 berdampak pada kinerja keuangan Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 1 menjadi kurang maksimal.

Dari hasil perubahan nilai rata-rata, terjadi sedikit penurunan nilai ROA sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Dimana ROA sebelum POJK *Fintech* 0,0185 dan sesudah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 menjadi 0,0154. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya terjadi penurunan. Penurunan rata-rata atau mean tersebut dikarenakan dari perhitungan ROA menunjukkan bahwa sebanyak 38 Bank memiliki ROA yang menurun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018, sementara 13 lainnya mengalami peningkatan. Sehingga ada perbedaan yang signifikansi sebelum serta sesudah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018, tetapi perbedaan tersebut mengarah pada penurunan nilai ROA.

Penurunan nilai ROA disebabkan karena menurunnya laba bersih setelah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Hal tersebut berarti menggambarkan kinerja yang menurun pada KBMI I. Karena penurunan profitabilitas ini akan menjadi sinyal yang negatif dari nasabah kepada pihak internal. Bagi pihak internal kurangnya kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dalam memaksimalkan keuntungan Bank, sedangkan bagi nasabah memandang bahwa kemampuan Bank pada mendistribusikan dana pihak ketiga pada wujud kredit kurang maksimal sehingga pendapatan Bank yang berasal dari bunga kredit akan menurunkan tingkat profitabilitas dan akan berpengaruh pada menurunnya kinerja keuangan.

Ada sejumlah alasan yang mengakibatkan ROA tiga tahun sebelum serta tiga tahun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 mengalami perbedaan, diantaranya menurunnya profitabilitas perusahaan yang diamati dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Hal ini menunjukkan bahwasanya dengan diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 berdampak pada profitabilitas KBMI 1 menjadi kurang maksimal dibandingkan dengan sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 karena pendapatan bunga kredit menurun. Pendapatan bunga pada Bank KBMI 1 didapatkan dari penyaluran kredit retail yang dimana kredit retail merupakan ranah Bank KBMI 1. Namun, hadirnya *Fintech* telah mengambil kredit retail dengan kemudahan yang ditawarkan, sehingga pendapatan bunga yang seharusnya milik Bank KBMI 1 kini beralih ke perusahaan *financial technology*. Dengan diberlakukannya POJK *Fintech* Bank KBMI 1 diharapkan dapat bersaing dengan perusahaan *Fintech* agar pemberian kredit retail yang menjadi ranah penyaluran dana kelompok KBMI I tidak diambil alih oleh *Fintech*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat prosedur kredit yang simpel, atau aplikasi kredit yang mudah diakses oleh semua pihak. Bank KBMI 1 juga diharapkan dapat lebih memaksimalkan pengelolaan dana pihak ketiganya, memaksimalkan pelayanan kepada nasabah secara mudah dan cepat serta dapat memanfaatkan penggunaan teknologi lebih baik lagi agar dapat lebih bersaing dengan perusahaan *financial technology*. Perolehan observasi ini didukung oleh observasi dari Christensen et al (2017), Qinannar (2018) serta Mar'atushsholihah & Karyani (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas setelah adanya *Fintech* berbeda. Namun, menurut hasil penelitian dari (Marlina, 2020), (Wijayati & Gustyana, 2021), (Thio & Yusniar, 2021) dan (Kristianti & Tulenan, 2021) profitabilitas setelah adanya *Fintech* tidak berbeda.

Likuiditas Sebelum dan Sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai likuiditas yang dihitung dengan LDR memberikan hasil signifikansi yang diperoleh lebih besar dibandingkan nilai α yakni $0.080 > 0.05$. Artinya H_0 diterima serta H_a ditolak dan berarti LDR KBMI 1 sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda. Artinya bahwa dengan diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018, tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dilihat dari penyerapan dana pihak ketiga terhadap kredit yang disalurkan oleh KBMI 1. Maka hipotesis kedua penelitian ini ditolak.

Menurut Purwoko (2013) LDR dipakai untuk melihat kemampuan Bank dalam portofolio kredit Bank yang didanai oleh deposit. Ketika likuiditas mengalami kenaikan, maka kinerja keuangan Bank pun akan semakin meningkat. Bank yang likuid mengindikasikan keadaan bahwasanya Bank sanggup mengembalikan dana pihak ketiga kapan saja nasabah menarik simpanannya, yang berarti bahwasanya Bank sanggup melakukan pemenuhan kewajiban jangka pendeknya dan nasabah dapat melakukan transaksi atas simpanannya seperti giro, tabungan, maupun deposito setiap saat, sehingga kepercayaan nasabah pada Bank akan meningkat sebab tumbuh rasa aman.

Pada observasi ini likuiditas yang diukur dengan LDR sebelum dan setelah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda. Kelompok Bank berdasarkan modal inti 1 telah menerapkan fungsi intermediasi perbankan dengan cukup baik dengan melihat nilai rata-rata, yang mengalami sedikit peningkatan pada sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Rata-rata LDR tiga tahun sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 0.9386 dan tiga tahun sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 menjadi 0.9387. Hal ini menunjukkan bahwa hanya terdapat kenaikan sebesar 0.0001 atau 0,01%. Namun kenaikan rata-rata tersebut tidak diimbangi dengan jumlah perusahaan yang mengalami kenaikan, dimana Bank yang mengalami kenaikan sebanyak 20 Bank sedangkan yang mengalami penurunan sebanyak 29 Bank. Dengan adanya 29 Bank yang mengalami penurunan LDR, maka hal ini perlu lebih diperhatikan agar menaikkan LDRnya karena dikhawatirkan bahwa 29 Bank tersebut tidak dapat bersaing dengan perusahaan *Fintech*. Maka hal ini dapat diindikasikan bahwa rata-rata likuiditas perbankan yang cenderung meningkat, namun tidak berpengaruh dengan diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Asumsi tersebut didukung berdasarkan nilai rata-rata LDR KBMI 1 yang menunjukkan pada kriteria “Sehat”, sehingga kelompok Bank berdasarkan modal inti 1 perlu berhati-hati dalam menyalurkan kredit.

Bisa ditarik kesimpulan bahwasanya tidak adanya perbedaan pada rasio likuiditas yang diukur dengan loan to deposit ratio sebelum serta sesudah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 pada KBMI I, dengan hadirnya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak memberikan pengaruh terhadap minat nasabah atau masyarakat dalam mengajukan kredit pada Bank terutama pada kelompok Bank

berdasarkan modal inti 1, atau dalam kata lain bahwa POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berdampak pada Bank KBMI 1. Bank masih tetap mendapatkan kenaikan pada kredit yang diberikan dan menunjukkan bahwa KBMI 1 dapat bersaing dengan perusahaan *Fintech* yang dikenal dengan penawaran bunga pinjaman yang ditentukan sangat terjangkau dimana sekitar 12,75%-31,20% per tahunnya dan bunga tersebut juga tergantung berdasarkan dari taraf risiko pada data pinjaman yang diajukan, *Fintech* menetapkan bunga lebih kecil dari yang telah ditetapkan oleh AFPI yaitu sebesar 292% per tahunnya (Mayasari, 2021). Dan ini juga bisa disebabkan karena masih banyak masyarakat yang belum percaya sepenuhnya oleh perusahaan *Fintech* walaupun dengan diberikan kemudahan dalam meminjamannya karena kurangnya pemahaman yang mendalam mengenai *Fintech*. Perolehan observasi ini sejalan dengan observasi yang dilaksanakan Suharti & Ardiansyah (2020), Daryanto et al (2020) dan Afandi & Siswoyo (2021) dimana menyatakan bahwasanya likuiditas setelah adanya *Fintech* tidak berbeda.

Permodalan Sebelum dan Sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*

Menurut perolehan uji hipotesis, bisa diamati bahwasanya permodalan yang diperkirakan dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) menjelaskan nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dibandingkan nilai α yakni $0.809 > 0.05$. Dengan kata lain H_0 diterima serta H_a ditolak ataupun CAR KBMI 1 sebelum serta sesudah POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda. Yang artinya bahwa dengan diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018, tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang dilihat dari kemampuan Bank untuk membiayai operasi Bank karena Bank dapat memanfaatkan modal untuk menarik dan juga menjaga kepercayaan nasabah terhadap kinerja Bank yang dianggap mampu menghadapi berbagai resiko yang mungkin terjadi. Maka hipotesis ketiga observasi ini ditolak.

Menurut Haryanto (2016) CAR digunakan untuk menilai permodalan Bank, sebesar apa modal yang tersedia untuk dapat mendukung aktivitas operasional Bank. Apabila penyaluran kredit yang dimiliki besar akibat banyaknya nasabah yang mengajukan kredit karena kemudahan yang diberikan dengan berkolaborasi dengan *Fintech* maka menurut Risiko (ATMR) hal ini dapat meningkatkan nilai Aktiva Tertimbang, sehingga kemampuan modal Bank pada mengatasi peluang terjadinya risiko yang disebabkan oleh aktivitas operasional Bank akan semakin rendah, begitupun sebaliknya. Hasil perhitungan CAR tidak terdapat perbedaan dikarenakan terdapat kenaikan pada nilai CAR. Hal ini menunjukkan bahwasanya sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berdampak pada kinerja keuangan Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 1.

Dari hasil perubahan nilai rata-rata, terjadi kenaikan nilai CAR sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Dimana CAR sebelum diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 0.2747 dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 menjadi 0.3320. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya terjadi kenaikan sebesar

0.0573 atau 5,73%. Kenaikkan CAR pada KBMI 1 dapat disebabkan karena modal yang dipunya oleh Bank mengalami peningkatan, dan setiap pinjaman yang disalurkan dapat ditanggung oleh Bank.

Berdasarkan hasil perhitungan CAR, tidak terdapat perbedaan dikarenakan terdapat kenaikan pada nilai CAR. Hal ini menunjukkan bahwasanya sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berdampak pada permodalan Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti 1. Kenaikkan CAR pada KBMI 1 bisa dikarenakan dana yang dipunyai oleh Bank mengalami peningkatan, dan setiap pinjaman yang disalurkan dapat ditanggung oleh Bank. Bank juga masih dapat menyalurkan kredit dengan baik maka nilai Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) juga baik, hingga Bank menanggulangi kemungkinan terjadinya risiko dengan kemampuan modalnya yang disebabkan kegiatan operasional Bank akan makin rendah.

Hasil observasi ini sejalan dengan observasi yang dilaksanakan Lukitasari & Kartika (2015) yang mengemukakan bahwasanya permodalan sesudah adanya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 tidak berbeda. Tetapi, perolehan observasi ini tiada sejalan dengan observasi yang dilaksanakan (Afandi & Siswoyo, 2021), (Mar'atushsholihah & Karyani, 2021) dan (Daryanto et al., 2020) yang menyebutkan bahwasanya permodalan setelah adanya *Fintech* tidak berbeda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari observasi ini adalah:

1. Kinerja keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 dengan variabel profitabilitas yang diproyeksikan dengan memakai rasio ROA (*Return on Assets*) memperlihatkan bahwasanya profitabilitas pada saat sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018 terdapat perbedaan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini terbukti.
2. Kinerja keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 dengan variabel likuiditas yang diproyeksikan dengan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memperlihatkan bahwasanya tidak terdapat perbedaan likuiditas pada saat sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini terbukti tidak terbukti.
3. Kinerja keuangan Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti 1 dengan variabel permodalan yang diproyeksikan dengan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR) menjelaskan bahwasanya tidak terdapat perbedaan permodalan pada saat sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech* No. 13/POJK.02/2018. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini terbukti tidak terbukti.

Keterbatasan yang dialami dari observasi ini, yang membuat hasil observasi jadi tiada maksimal, yaitu terbatasnya ketersediaan jurnal nasional maupun internasional mengenai teknologi keuangan karena keterbatasan akses, seperti memerlukan *password* atau kode.

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Bagi akademisi disarankan bisa menambah variabel kinerja keuangan lainnya. Hal tersebut bermaksud supaya memberikan informasi-informasi tambahan lainnya, sehingga perolehan observasi jadi bereneka ragam serta lebih jelas.
2. Bagi Bank KBMI I diharapkan dapat melakukan inovasi layanan dan produk terkait pengelolaan keuangan dalam menilai kinerja keuangan Bank terutama menilai profitabilitas bank sebelum dan sesudah diberlakukannya POJK *Fintech*. Sehingga hal tersebut dapat meminimalisir risiko kegagalan di masa yang akan datang.
3. Bagi investor yang akan menanamkan dananya pada Bank KBMI 1, sebaiknya lebih berhati-hati serta melaksanakan analisis terlebih dahulu pada kinerja perusahaan, sebab penurunan spread based dapat mempengaruhi kinerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. A., & Siswoyo, S. T. (2021). the Impact of Synergy Between Icb and Islamic *Fintech* Lending on the Icb'S Financial Performances. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 4(1), 1–16. <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JPK/article/view/584>
- Akbar, T. (2019). *Kajian Kinerja Profitabilitas Bank pada Perspektif Bank Umum Berdasarkan Kegiatan Usaha (BUKU): Studi Empiris Pada Momen Penurunan Profitabilitas Bank-Bank di Indonesia*. July, 91.
- Aldy, A. I. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahaan Digital Pada Sektor Retail Trade Dan Perbankan*. 1–13.
- Christensen, C., McDonald, R. M., Altman, E. J., & Palmer, J. (2017). Disruptive Innovation: Intellectual History and Future Paths. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2017, Issue 1). <https://doi.org/10.5465/ambpp.2017.14218abstract>
- Daryanto, W. M., Akbar, F., & Perdana, F. A. (2020). Financial performance analysis in the banking sector: before and after financial technology regulation in indonesia (case study of buku-iv in indonesia for period 2013-2019). *International Journal of Business, Economics and Law*, 21(2), 1–9.
- Dewi, F. S., Arifati, R., & Andini, R. (2016). Analysis of effect of CAR, ROA, LDR, Company size, NPL, And GCG to bank profitability (Case Study on Banking Companies Listed in BEI Period 2010-2013). *Journal Of Accounting*, 2(2), 1–17.
- Dewi, N. W. S. K., & Yadnyana, I. K. (2019). Pengaruh Indikator Risk Based Bank Rating Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1075. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p09>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (ke-9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. In (*Edisi 9*). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Prenadamedia Group.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank* (Edisi Revi). Kencana.
- Kristianti, I., & Tulenan, M. V. (2021). Dampak financial technology terhadap kinerja keuangan perbankan. *Kinerja*, 18(1), 57–65. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/8254>
- Lukitasari, Y. P., & Kartika, A. (2015). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, BOPO, CAR, LDR Dan NPL Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Students' Journal of Accounting and Banking*, 4(1), 28–39.

- Mar'atushsholihah, N. S., & Karyani, T. (2021). *Dampak Financial Technology Terhadap Kinerja Bank Umum Konvensional Di Indonesia*. 7(1), 450–465.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial (*Fintech*) Terhadap Industri Perbankan. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 19(1), 55–60.
- Mayasari, S. (2021, October). OJK Sebut Bunga Pinjaman *Fintech* Masih Bisa Lebih Rendah Dari Kesepakatan Industri. *Kontan.Co.Id*. <https://www.google.com/amp/s/samp.kontan.co.id/news/ojk-sebut-bunga-pinjaman-Fintech-masih-bisa-lebih-rendah-dari-kesepakatan-industri>
- Mokoagow, S. W., & Fuady, M. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada Bank Umum Syariah. *Jurnal EBBANK*, 6(1), 33–36. <https://doi.org/10.53088/jadfi.v1i1.7>
- Pertauran Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Financial, 1 (2017). <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Peraturan OJK RI Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Ojk No.13 1 (2018).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum, (2021).
- Qinannar, A. F. (2018). *Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online : Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi, Retail Trade dan Perbankan Di Indonesia*.
- Saksonova, S., & Kuzmina-Merlino, I. (2017). *Fintech as financial innovation - The possibilities and problems of implementation*. *European Research Studies Journal*, 20(3), 961–973. <https://doi.org/10.35808/ersj/757>
- Suharti, E., & Ardiansyah, T. E. (2020). Dampak *Fintech* Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada BPR di Provinsi Banten). *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 2, 292–298.
- Thio, J. C., & Yusniar, M. W. (2021). The Influence of Mobile Banking , Company Size , Credit Risk on Indonesian Banking. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 6(7), 256–267. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2021.v06i07.005>
- Wijaya, U. I. (2020). *Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah [Universitas Muhammadiyah Makassar]*. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=expo&rt&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Wijayati, C. D., & Gustyana, T. T. (2021). *The Impact of Mobile Banking on ROA of Islamic Banking Which was Listed on The IDX in 2015-2019*. 3(1), 63–69.

Pengaruh *Social Media Usage* terhadap *Conspicuous Online Consumption* Dimediasi oleh *Self-Image Congruity*, dan *Self-Esteem* pada Kaum Milenial di Jabodetabek

Irsyad Muhammad Firdaus*

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
irsyadmuhammadfirdaus@gmail.com

Kurniawati

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
kurniawati@trisakti.ac.id

Nadhea O. Marzia

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
dhea.oudynella@gmail.com

Nindita D. Putri

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
nindita.dp@gmail.com

Radhita Intan

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
radhitaintan@gmail.com

Sela Kustiawan

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa, Grogol, Jakarta, Indonesia, 11440
sela.kustiawan@gmail.com

(* Penulis Korepondensi

Diterima: 11-07-2022 | Disetujui: 05-10-2022 | Dipublikasi: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Social media usage dan *conspicuous online consumption* bagi kaum milenial diakui secara luas dalam riset konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *social media usage*, *self-image congruity* dan *self-esteem* dalam *conspicuous online consumption* pada kaum *millennial* di Jabodetabek. Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, menggunakan *survey research* pada seluruh milenial di Jabodetabek sebagai obyek penelitian. Pengumpulan data digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 202 responden selama 2 minggu di bulan Juni 2021. Metode pengujian data yaitu uji *instrument* dengan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS. Hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara *social media usage*, *self-image congruity*, *self-esteem* terhadap *conspicuous online consumption*. *self-image congruity* dan *self-esteem* mampu memediasi

antara *social media usage* dan *conspicuous online consumption*. Manajer *mid-luxury brand* disarankan untuk menargetkan kelompok konsumen ini untuk meningkatkan *conspicuous online consumption*.

Kata Kunci:

Social Media Usage, Self-Image Congruity, Self-Esteem, Conspicuous Online Consumption

ABSTRACT

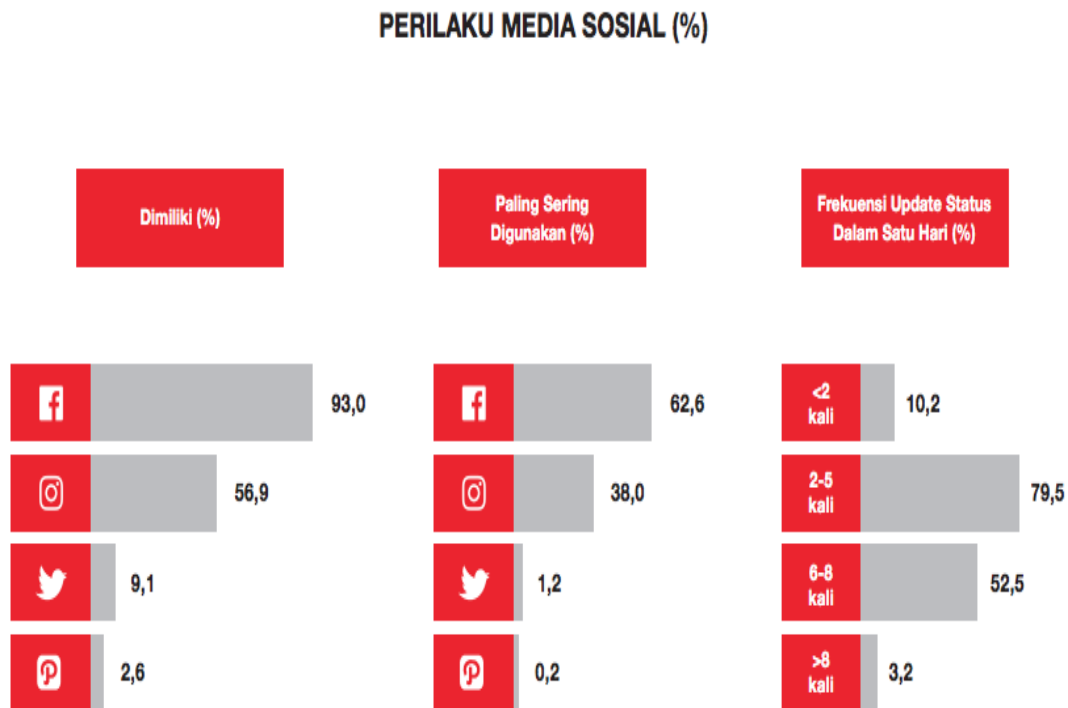
Social media usage and conspicuous online consumption for millennials are widely recognized in consumer research. This study aimed to analyze the effect of social media usage, self-image congruity, and self-esteem in conspicuous online consumption among millennials in Jabodetabek. The method in this study is quantitative, using survey research on all millennials in Jabodetabek as the object of research. Data collection is used by distributing questionnaires. The research sample was selected using purposive sampling, so 202 respondents were obtained for 2 weeks in June 2021. The data testing method was an instrument test with a validity and reliability test using SPSS. The data analysis method used Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS software. The analysis results show a significant and positive relationship between social media usage, self-image congruity, self-esteem, and conspicuous online consumption. Self-image congruity and self-esteem are able to mediate between social media usage and conspicuous online consumption. Mid-luxury brand managers are advised to target this consumer group to increase conspicuous online consumption.

Keywords:

Social Media Usage, Self-Image Congruity, Self-Esteem, Conspicuous Online Consumption

PENDAHULUAN

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) mendata sejumlah 63 juta milenial yang berusia di usia produktif, yaitu 20-35 tahun. Milenial sangat aktif di media sosial dalam berbagi status maupun berkomentar. Generasi milenial adalah pengguna sosial media yang paling banyak diantara generasi sebelumnya (IDN Research Institute, 2019). Gambar 1 berikut menunjukkan Perilaku Media Sosial pada tahun 2019 dalam persen.



Gambar 1. Perilaku Media Sosial
Sumber: IDN Research (2019)

Perilaku Media Sosial tahun 2019 pada Gambar 1 menggambarkan beragamnya akun media sosial yang dimiliki serta keakraban milenial dalam menggunakan media sosial. Facebook dan Instagram merupakan *platform* paling sering digunakan milenial (IDN Research Institute, 2019). Pengguna media sosial Facebook dan Instagram menggunakan untuk berbagi gambar atau cerita mengenai kesehariannya. Milenial pada umumnya juga menunjukkan niat untuk berbelanja secara berlebihan agar bisa dipamerkan di media sosial. Hal ini terkait dengan keputusan berbelanja barang-barang brand yang terkenal dan mewah sebagai pencitraan diri para milenial.

Teori Maslow terdiri dari lima tingkat apa yang perlu dipenuhi hingga langkah selanjutnya dapat tercapai. Kelima tingkatan tersebut adalah kebutuhan dasar untuk bertahan hidup, rasa aman, sosial, hidup, harga diri dan status, dan aktualisasi diri (Hagelberg, 2015). Gambar 2 berikut merupakan pendekatan *socio cultural maslow* dan *fashion* dari kebutuhan (*needs*) ke hasrat (*desire*).

SOCIOCULTURAL APPROACH TO MASLOW AND FASHION FROM NEEDS AND DESIRES TO BRANDS



Gambar 2. Pendekatan Sociocultural Maslow dan Fashion
Sumber: *The Fashion Retailer* (2017)

Kebutuhan sosial terpuaskan dengan harapan memperoleh lebih banyak kepercayaan dan kesamaan dengan orang lain. Ketika bergerak lebih tinggi menuju puncak dalam piramida pembelian produk biasanya didorong oleh motif emosional. Motif emosional dapat berupa penerimaan dan status sosial (Hagelberg, 2015). Semakin tinggi harga, semakin memenuhi hasrat untuk aktualisasi diri dan pengakuan sosial. Media sosial dapat digunakan untuk Milenial mendapatkan pengakuan sosial dengan menunjukkan *fashion brand* yang dimilikinya. Beberapa tahun belakangan ini, ada beberapa *non-official store* yang menjual produk-produk *fashion* seperti tas, jam tangan, dompet, sepatu, dan lainnya. Produk yang dijual antara lain produk dari brand-brand ternama seperti Tory Burch, Coach, Michael Kors, Kate Spade, dan TUMI.

Dengan harga yang lebih rendah dan jaminan bahwa produk tersebut memang *authentic/original*, tentunya para milenial yang hobi mengoleksi salah satu dari *Mid-luxury brand* kesukaan mereka tersebut dengan alasan untuk menggambarkan citra mereka di media sosial dan lebih memilih untuk membelinya di *non-official store*. Mengacu pada sebuah penelitian (Burnasheva & Suh, 2020) terhadap *millennial* Korea pada *Luxury Brand*, menunjukkan adanya hubungan positif antara *social media usage*, *self-image congruity*, dan *conspicuous online consumption*, sementara *self-image congruity* juga bertindak sebagai mediasi antara *social media usage* oleh generasi milenial Korea dan *conspicuous online consumption*. Selain itu, dalam analisis mediasi, jalur antara *self-image congruity* dan *conspicuous online consumption* lebih kuat untuk milenial dengan *self-esteem* yang lebih tinggi.

Social media adalah alat untuk komunikasi yang didasarkan pada konsep Web 2.0 (Lin et al., 2012). menganggap *social media* dalam arti istilah yang paling luas kemudian mendefinisikannya sebagai layanan online apa pun yang penggunaannya dapat membuat dan berbagi berbagai konten. *Social media usage* pada masing-masing individu bermacam-macam tujuan penggunaannya, ada yang

memakai media sosial sebagai penggunaan identitas pribadi, hiburan, pemberdayaan, interaksi sosial dan informasi (Muntinga et al., 2011). mengidentifikasi dua dimensi penggunaan media sosial, tindakan penggunaan dan intensitas, yaitu tindakan seperti berbagi, mencari, mengkonsumsi, berkontribusi dan berpartisipasi, sedangkan intensitas *social media usage* seperti durasi dan frekuensi. (Bolton & Hoefnagels, 2017).

Dasar dari penelitian ini, adalah untuk mempelajari faktor penentu *conspicuous online consumption* yang akurat. Sasaran dari penelitian ini adalah mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor *social media usage* terhadap *self-image congruity*, *conspicuous online consumption*, dan *self-esteem* pada *millennial* Jabodetabek?
2. Apakah *self-image congruity*, dan *self-esteem* dapat memediasi pengaruh *social media usage* terhadap *conspicuous online consumption* pada *millennial* Jabodetabek?

Social media usage

Social media adalah alat untuk komunikasi yang didasarkan pada konsep Web 2.0 (Lin et al., 2012). Menganggap *social media* dalam arti istilah yang paling luas kemudian mendefinisikannya sebagai layanan online apapun yang penggunanya dapat membuat dan berbagi berbagai konten. Penggunaan *social media* pada masing-masing individu bermacam-macam tujuan penggunaannya, ada yang memakai media sosial sebagai penggunaan identitas pribadi, hiburan, pemberdayaan, interaksi sosial dan informasi (Muntinga et al., 2011). Mengidentifikasi dua dimensi penggunaan *social media*, tindakan penggunaan dan intensitas, yaitu tindakan seperti berbagi, mencari, mengkonsumsi, berkontribusi dan berpartisipasi, sedangkan intensitas penggunaan media sosial seperti durasi dan frekuensi (Bolton & Hoefnagels, 2017).

Social media usage pada individu umumnya memiliki banyak teman dan pengikut untuk berkomunikasi dan menunjukkan *self-image congruity* dan kepribadian yang ideal di dunia maya, sehingga sifat interaksi sosial individu cenderung melakukan perbandingan diri, dalam konteks ini contohnya individu yang memamerkan foto ideal kepemilikan barang di Instagram, kemudian individu yang serupa ingin memamerkan postingan foto kepemilikan barang yang dimiliki (Eun & Watkins, 2016). Sehingga konsep teori perbandingan sosial dalam yang mendasari *social media usage* cenderung mendefinisikan individu diri sendiri membandingkan apa yang dimiliki dengan apa yang dimiliki orang lain (Eun & Watkins, 2016). Penelitian dari Eun dan Watkin, (2016) ini merupakan upaya untuk menggunakan teori perbandingan sosial untuk menyelidiki hubungan antara *social media usage* dan dua hasil, yaitu *conspicuous online consumption* dan *self-image congruity*. *Social media* membuat para penggunanya membentuk persepsi terhadap *self-image congruity* karena semua pengguna peduli terhadap *self-image congruity* yang dilihat oleh pengguna lain (Taylor & Strutton, 2016). Hosany dan Martin (2012) menunjukkan bahwa khususnya di kalangan milenium, keselarasan *self-image congruity*

diakui oleh sesama *social media usage*, yang mencerminkan kesesuaian kognitif antara konsep diri yang menentukan ideal dan diri sosial sehubungan dengan citra merek (Hosany & Martin, 2012). Penelitian terbaru melaporkan bahwa *social media usage* mempengaruhi *self-image congruity* (Charoennan & Huang, 2018).

Pada era *social media*, individu lebih cenderung menunjukkan konsep diri di depan umum melalui *conspicuous online consumption* seperti barang-barang fashion mewah yang berhubungan langsung dengan *self-image congruity* konsumen; *self-image congruity* adalah bagian dari konsep diri yang lebih luas dan digambarkan sebagai konsistensi antara kepribadian pengguna merek dan kepribadian. Orang-orang yang lebih muda lebih memungkinkan untuk terpengaruh oleh karakteristik simbolis status merek, dengan perasaan yang ditimbulkan oleh merek dan tingkat kesesuaian antara *self-image congruity* merek dan citra merek. Selain itu, penelitian terbaru telah menunjukkan bukti bahwa *social media usage* memiliki efek penting pada *conspicuous online consumption* secara umum (Thoumrungroje, 2014; Wai et al., 2019; Widjajanta et al., 2018) dan *conspicuous online consumption* secara khusus (Taylor & Strutton, 2016). *Social media usage* dan internet telah membentuk pola *conspicuous online consumption* di mana semua konsumsi dapat menjadi *conspicuous online consumption* tergantung pada *social media usage* seseorang (Yenicioğlu & Suerdem, 2015). Sehingga, semakin banyak pengguna menggunakan *social media*, semakin besar kemungkinan mereka secara impulsif mengkonsumsi merek fashion mewah (Thoumrungroje, 2014).

Self-esteem secara langsung berhubungan dengan perilaku manusia, (Way, 2018). Pada kenyataannya, salah satu dorongan motivasi yang paling mendukung pada keputusan dan perilaku konsumen adalah *self-esteem* (Way, 2018). Kemudian kepercayaan bahwa secara luas *self-esteem* menempati bagian yang tak terpisahkan dalam perilaku (Truong & McColl, 2011; Wang & Griskevicius, 2014). *Self-esteem* telah digunakan sebagai moderasi dalam studi terkait perilaku, sedikit penelitian mengambil harga diri sebagai moderasi dalam studi perilaku konsumsi, sehingga diperlukan penelitian terkait lebih lanjut lagi. Saran yang diusulkan oleh penelitian (Thoumrungroje, 2014) bahwa pengaruh *social media usage* terhadap *conspicuous online consumption* dapat dipengaruhi oleh *self-esteem* konsumen.(Way, 2018). Berdasarkan paparan yang telah disajikan, maka terbentuk hipotesis seperti berikut:

H₁ : *Social media usage* berpengaruh positif terhadap *self-image congruity*.

H₂ : *Social media usage* berpengaruh positif terhadap *conspicuous online consumption*.

H₃ : *Social media usage* berpengaruh positif terhadap *self-esteem*.

Self-image congruity

Self-image congruity menggambarkan bagaimana suatu produk atau merek berkontribusi pada konsep diri konsumen (Bajac et al., 2018). Tren yang muncul dari *social media* merangsang *conspicuous online consumption* karena mempercepat ekspresi *self-image congruity* dan identitas yang

paling disukai melalui pembelian dan konsumsi individu (Duan & Dholakia, 2017). Peran *self-image congruity* sangat kuat di *social media* di mana banyak "teman" tidak dikenal secara pribadi dan individu memiliki kontrol yang lebih baik dari informasi yang dibagikan. Oleh karena itu, diri seseorang dibentuk dengan hati-hati dengan upaya untuk secara selektif menampilkan atau membagikan diri yang dimaksud kepada anggota lain di jejaring sosial online (Taylor & Strutton, 2016).

Generasi milenial yang memiliki *self-esteem* tinggi lebih cenderung untuk *conspicuous online consumption* (Burnasheva & Suh, 2020). Di lingkungan online, *conspicuous online consumption* mungkin diperkuat karena *social media* mengintensifkan demonstrasi *self-image congruity* yang menguntungkan (Duan & Dholakia, 2017). Melakukan penelitian ini memerlukan penerapan teori kesesuaian diri dan perbandingan sosial sebagai kerangka teoritis untuk menjelaskan hubungan mengenai *self-image congruity* dan *conspicuous online consumption*. Perilaku konsumen sebagian ditentukan oleh kesesuaian yang dihasilkan dari perbandingan psikologis antara citra pengguna produk dan konsep diri konsumen (Jacob et al., 2020). *Self-image congruity* memiliki peran mediasi pada kecenderungan untuk *conspicuous online consumption* (Topçu, 2018) Oleh karena itu, *self-image congruity* dapat memediasi efek *social media usage* pada *conspicuous online consumption*. (Burnasheva & Suh, 2020). Penelitian sebelumnya juga menuturkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *social media usage* terhadap *self-image congruity*, materialisme, dan *conspicuous online consumption* (Charoennan & Huang, 2018). Berdasarkan *paparan* yang telah disajikan, maka terbentuk hipotesis seperti berikut:

H4. *Self-image congruity* mampu memediasi *social media usage* dengan *conspicuous online consumption*.

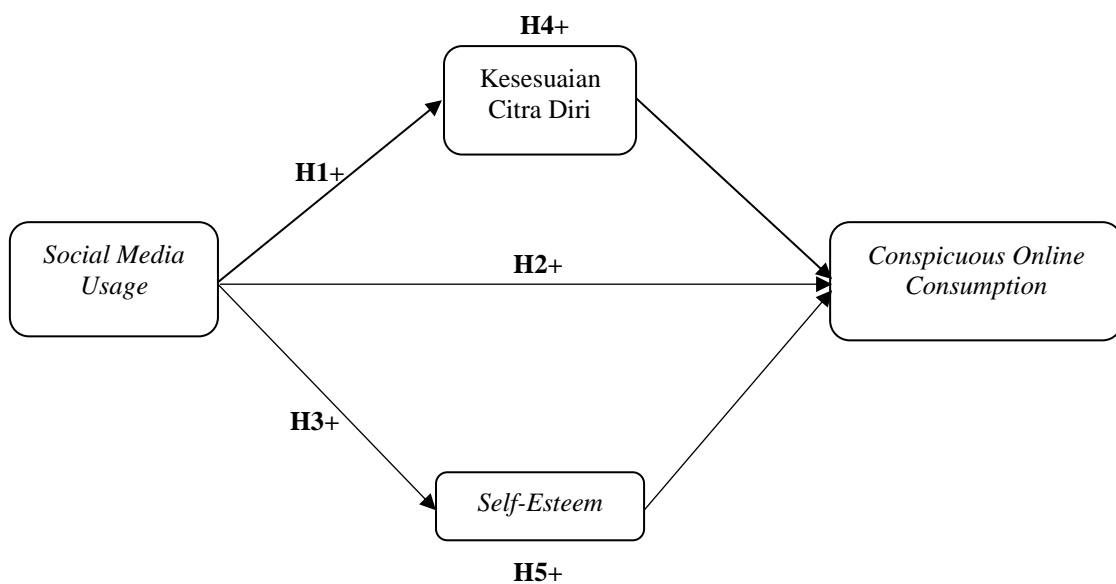
Self-esteem

Self-esteem adalah penilaian keseluruhan dari kelayakan individu, dinyatakan dalam orientasi positif atau negatif terhadap mereka (Minev et al., 2018). *Self-esteem* adalah sejauh mana kita menghargai diri kita sendiri. Manusia, tua dan muda, memiliki kebutuhan universal untuk mempertahankan *self-esteem* mereka pada tingkat yang sama atau, lebih disukai, untuk meningkatkannya. *Social media* menawarkan remaja keduanya, dengan memberikan banyak kemungkinan untuk kontrol dan umpan balik positif (misalnya, tombol "like" Facebook). Kedua fungsi *social media* ini sangat penting pada masa remaja, karena ini adalah masa ketika *self-esteem* paling sensitif terhadap pengaruh lingkungan dan paling rentan terhadap fluktuasi (Valkenburg, 2017). *Self-esteem* dapat mempengaruhi apakah mereka berhasil memulai dan mempertahankan hubungan dengan pasangan romantis, teman, dan rekan kerja, dan apakah mereka memiliki jaringan dukungan sosial yang kuat atau lemah (Harris & Orth, 2020).

Hampir tidak ada bukti untuk hubungan prediktif antara *self-esteem* dan *conspicuous online consumption* yang bertentangan dengan sebagian besar penelitian sebelumnya. Terdapat hubungan

negatif antara *self-esteem* dan *conspicuous online consumption* jika ada hubungan yang signifikan. (Öztek & ÇENGEL, 2020). *Social media usage* dan *self-esteem* memiliki dampak yang tinggi pada *conspicuous online consumption*. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengguna Instagram anggota komunitas yang menjadi responden adalah *social media usage* yang aktif, yang mengakibatkan *self-esteem* tinggi dan berdampak pada *conspicuous online consumption* mereka di Instagram (Widjajanta et al., 2018). *Self-esteem* meningkat, kecemasan sifat menurun; jika *self-esteem* dan sifat kecemasan tinggi, perilaku konsumsi mewah ikut-ikutan akan meningkat, atau sebaliknya. (Nurettin Parilti, 2018) Konsumen dengan *self-esteem* yang lebih rendah mungkin mengalami pengaruh *social media* yang lebih kuat dalam mengarahkan mereka ke *conspicuous online consumption*. Karakteristik pengguna *social media* mampu memberikan pengaruh pada hubungan antara *self-esteem* dan *conspicuous online consumption* (Way, 2018). Berdasarkan paparan yang telah disajikan, maka terbentuk hipotesis seperti berikut:

H5. *Self-esteem* mampu memediasi *social media usage* dengan *conspicuous online consumption*.



Gambar 3. Kerangka Konseptual

METODE RISET

Penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Burnasheva & Suh, (2020). Pada penelitian ini mengkaji pengaruh dari variabel-variabel *social media usage*, *self-image congruity*, *conspicuous online consumption* dan *self-esteem*, terhadap *conspicuous online consumption*. Pada penelitian ini variabel dependen yang akan diteliti adalah *Self-image congruity*, *conspicuous online consumption* dan *self-esteem*, sedangkan variabel independen yang diteliti adalah *social media usage*. Selain dua variabel tersebut juga terdapat variabel mediasi atau *intervening* variabel yang diteliti

yaitu *self-image congruity* dan *self-esteem*, di mana variabel ini memediasi pengaruh antara variabel *social media usage* terhadap variabel *conspicuous online consumption*.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Tujuan dari pengujian hipotesis secara umum adalah menjelaskan tentang karakteristik dari perbedaan atau hubungan-hubungan tertentu antara independensi atau perbedaan dua faktor atau lebih dalam suatu situasi (Sekaran dan Bougie, 2019). Metoda *survey research* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data melalui portal penelitian untuk meneliti kaum milenial yang bekerja di area Jabodetabek tentang seberapa penting memiliki *middle luxury brand* dan dipamerkan di *social media* (Instagram) sebagai bentuk butuhnya pengakuan sosial. Instagram dipilih karena merupakan *platform social media* yang paling banyak digunakan, terutama di kalangan generasi milenial. *Pew Research Center* memutuskan setahun yang lalu untuk menggunakan 1996 sebagai tahun kelahiran terakhir bagi milenial untuk pekerjaan di masa depan. Generasi yang lahir pada 1981 hingga 1996 (usia 23 hingga 38 tahun 2019) dikategorikan sebagai *millennial* (Pew Research Center, 2019). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk menguji suatu hipotesis mengenai pengaruh-pengaruh variabel-variabel yang ada kaitannya dengan faktor lainnya dan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memeriksa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *conspicuous online consumption* dari kaum milenial yang bekerja di area Jabodetabek tentang seberapa penting memiliki *middle luxury brand* dan dipamerkan di *social media*.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah *social media usage*, *self-image congruity*, *conspicuous online consumption*, dan *self-esteem*. Pada penelitian ini, variabel diukur dengan menggunakan skala likert. Skala Likert dikategorikan ke dalam skala pengukuran aritmatika tertentu yang menunjukkan peringkat dan jarak komposisi dari data yang dikumpulkan dari responden (Sekaran dan Bougie, 2019). Alat ukur ini digunakan untuk mengetahui tingkat kesetujuan responden atas pernyataan yang diberikan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diukur dalam 5 skala likert, sebagai berikut: 1 untuk STS (Sangat Tidak Setuju), 2 untuk TS (Tidak Setuju), 3 untuk N (Netral), 4 untuk S (Setuju), dan 5 untuk SS (Sangat Setuju).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Millennial pada umumnya menunjukkan niat untuk berbelanja secara berlebihan untuk bisa dipamerkan di media sosial. Hal ini terkait dengan keputusan berbelanja barang-barang brand yang terkenal dan mewah sebagai pencitraan diri para milenial yang bekerja di area Jabodetabek. Secara total, sampel untuk survei ini terdiri dari 202 milenial, di antaranya 79,2% adalah perempuan dan 20,8% adalah laki-laki. Responden yang berusia 24-29 tahun yaitu 86,1% dan 13,9% adalah 30-35 tahun dan mayoritas peserta berpendidikan baik 90,6% dan bekerja sebagai karyawan swasta 71,3%, dengan

pendapatan rumah tangga bulanan berkisar antara Rp 5.000.000 sampai 10.000.000 66,3% disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Deskriptif Kriteria Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	160	79,2%
Laki-Laki	42	20,8%
Usia		
24-29	174	86,1%
30-35	28	13,9%
Pendidikan Terakhir		
SMA dan Sederajat	19	9,4%
Diploma (D1-D3)	17	8,4%
Sarjana (S1-S3)	166	82,2%
Pendapatan Per-bulan		
< 5.000.000	29	14,4%
5.000.000-10.000.000	134	66,3%
>10.000.000	39	19,3%
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	144	71,3%
PNS/BUMN	25	12,4%
Wirausaha	20	9,9%
Lain-Lain	13	6,4%

Sumber : Hasil olah data (2021)

Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan menguji validitas dan reliabilitas variabel *social media usage*, *self-image congruity*, *conspicuous online consumption*, dan *self-esteem*. Pada pengujian ini dilakukan pengujian validitas, reliabilitas, dan juga statistika deskriptif untuk mengetahui kelayakan kuesioner yang dibentuk. Hasil tersebut didapatkan dari *software* AMOS dan SPSS, disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Statistik Deskriptif,

Variabel dan Indikator	Nilai Factor Loading	Nilai Cronbach's Alpha	Keputusan	Mean	Standard Deviation
Social media usage		0,87	Reliabel	3,36	1,27
Saya menggunakan media sosial untuk mencari dan menyebarkan informasi mengenai <i>mid-luxury brand</i>	0,797		Valid	3,52	1,266
Saya menggunakan media sosial untuk menyampaikan opini saya tentang <i>mid-luxury brand</i>	0,936		Valid	3,17	1,25
Saya menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman berbelanja dengan followers di media social	0,776		Valid	3,4	1,305
Self-image congruity		0,899	Reliabel	3,55	1,08
Citra <i>Mid-luxury brand</i> ini sesuai dengan citra diri saya	0,927		Valid	3,64	1,009

Variabel dan Indikator	Nilai Factor Loading	Nilai Cronbach's Alpha	Keputusan	Mean	Standard Deviation
Mid-luxury brand ini mencerminkan siapa diri saya	0,875		Valid	3,51	1,103
Saya menggunakan mid-luxury brand yang sesuai dengan citra yang ingin saya tunjukkan kepada orang lain	0,802		Valid	3,49	1,13
Self-esteem		0,838	Reliabel	4,31	0,70
Saya merasa memiliki perilaku positif terhadap diri saya sendiri	0,821		Valid	4,27	0,698
Saya merasa memiliki beberapa kualitas yang baik dalam diri saya sendiri	0,856		Valid	4,37	0,688
Saya bisa melakukan hal baik seperti yang kebanyakan orang lain lakukan	0,717		Valid	4,3	0,713
Conspicuous online consumption		0,852	Reliabel	3,15	1,28
Beranda akun media sosial saya berisi tentang produk dari mid-luxury brand	0,832		Valid	3,19	1,259
Ketika saya membeli mid-luxury brand, saya suka menunjukkan kepada pengikut saya di media sosial	0,826		Valid	2,82	1,364
Saya suka "like" postingan mengenai produk dari mid-luxury brand	0,779		Valid	3,44	1,229

Sumber : Hasil olah data (2021)

Tabel 2 memberikan hasil dari Uji validitas, uji reliabilitas, dan statistik deskriptif. Untuk hasil *mean* terendah yaitu pada konsumsi online yang mencolok dengan nilai *mean* sebesar 3.15, dan indikator terkecil yaitu sebesar 2.82. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa responden ketika membeli *mid-luxury* jarang *untuk* menunjukkan postingannya di media sosial. Selanjutnya untuk hasil *mean* tertinggi yaitu pada variabel harga diri dengan nilai *mean* sebesar 4.31, dan indikator tertinggi yaitu sebesar 4.37. Dapat diartikan bahwa kebanyakan dari responden lebih merasakan mempunyai kualitas diri yang baik.

Evaluasi Model Pengukuran dibagi menjadi dua yaitu, uji validitas instrumen dan uji reliabilitas. Untuk evaluasi validitas, *loading factor* dari indikator dapat dilihat pada Tabel 2. Apabila nilai *standardized loading factor* > 0,5 maka indikator tersebut dapat dikatakan valid. Berdasarkan Tabel 2 bahwasannya tidak ada *loading factor* yang nilainya di bawah 0.5, maka dapat dikatakan semua variabel telah valid. Uji Reliabilitas Instrumen dilihat dari nilai dari uji reliabilitas kuesioner. Berdasarkan nilai dari alpha cronbach yang kemudian dibandingkan dengan 0.6. Apabila nilai alpha cronbach > 0.6, maka *variable* dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari masing-masing konstruk pada Tabel 1 Dari hasil *output* yang dihasilkan semua *alpha cronbach* > 0.6, maka dapat dikatakan semua indikator dinyatakan reliabel dalam mengukur variabel latennya.

Selanjutnya dilakukan uji model struktural pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Menurut Santoso (2012) menyatakan bahwa kriteria utama dari pengujian keseluruhan model (*overall model fit*) adalah pada perhitungan *Chi-square* (CMIN). Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada *output* AMOS seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengujian Kelayakan Model *Structural Equation Model*

Kriteria	Hasil	Nilai Kritis	Kesimpulan
<i>Chi-Square</i>	110,966	Kecil	<i>Good Fit</i>
P-value	0,000	≥ 0,05	<i>Marginal Fit</i>
CMIN/DF	2,3	≤ 2,0	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	0,08	≤ 0,08	<i>Good Fit</i>
GFI	0,92	≥ 0,90	<i>Good Fit</i>
AGFI	0,87	≥ 0,90	<i>Marginal Fit</i>
TLI	0,95	≥ 0,95	<i>Good Fit</i>
CFI	0,96	≥ 0,95	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data (2021)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan dapat diterima, dimana diperoleh nilai *Chi-Square* sebesar 110,966 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Indeks pengukuran TLI, CFI, GFI, dan RMSEA berada dalam rentang nilai yang diharapkan, meskipun nilai AGFI, dan CMIN/DF diterima secara marginal. Hal ini disebabkan karena variasi data. Dengan demikian uji kelayakan model SEM sudah memenuhi syarat penerimaan.

Untuk mengetahui nilai hubungan antar konstruk dapat dilihat berdasarkan nilai probabilitas (P) pada *output* AMOS seperti yang ditunjukkan pada gambar 2. Dari hasil pengujian hipotesis model yang dapat dilihat pada Tabel 4, maka dapat dilihat berdasarkan model yang telah dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak AMOS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	C.R	p-value	Keputusan
H1 : <i>Social media usage</i> berpengaruh positif terhadap <i>self-image congruity</i>	9,861	0,000	H1 didukung
H2 : <i>Social media usage</i> berpengaruh positif terhadap <i>conspicuous online consumption</i>	7,779	0,000	H2 didukung
H3 : <i>Social media usage</i> berpengaruh positif terhadap <i>self-esteem</i>	3,519	0,000	H3 didukung
H4 : <i>Self-image congruity</i> memediasi <i>social media usage</i> dengan <i>conspicuous online consumption</i>	0,167	0,015	H4 didukung
H5 : <i>Self-esteem</i> memediasi <i>social media usage</i> dengan <i>conspicuous online consumption</i>	0,034	0,008	H5 didukung

Sumber: Hasil olah data (2021)

Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1 (H₁) pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kesesuaian citra diri. Nilai *Probability* (P) sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 penelitian ini terdukung. Berdasarkan penelitian (Charoennan dan Huang, 2018) penggunaan media sosial mempengaruhi kesesuaian citra diri (kesesuaian citra diri), dan penelitian tersebut juga mendukung hasil pengujian hipotesis, yaitu penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kesesuaian citra diri.

Hipotesis 2 (H₂) pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap konsumsi online yang mencolok. Nilai *Probability* (P) sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 penelitian ini terdukung. Kemudian berdasarkan penelitian (Eun & Watkins, 2016) juga menyelidiki hubungan antara penggunaan media sosial dan mendapatkan dua hasil, yaitu konsumsi online yang mencolok dan kesesuaian citra diri. Dari penelitian tersebut yang telah dilakukan, juga mendukung hasil pengujian.

Hipotesis 3 (H₃) pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap harga diri. Nilai *Probability* (P) sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 penelitian ini terdukung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Way, 2018) bahwa pengaruh penggunaan media sosial terhadap konsumsi online yang mencolok dapat dipengaruhi oleh harga diri konsumen. Dan hasil penelitian tersebut juga mendukung hasil pengujian yang telah dilakukan.

Hipotesis 4 (H₄) pada penelitian ini adalah kesesuaian citra diri memediasi penggunaan media sosial dengan konsumsi online yang mencolok. Berdasarkan data Tabel 5 diketahui bahwa *Probability* (P) sebesar 0,015. Nilai ini menunjukkan nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 penelitian ini terdukung. Menurut (Topçu, 2018) yang merupakan penelitian sebelumnya menuturkan bahwa kesesuaian citra diri memiliki peran mediasi pada kecenderungan untuk konsumsi online yang mencolok. Dari hasil yang didapatkan maka dapat mendukung pengujian hipotesis penelitian.

Hipotesis 5 (H₅) pada penelitian ini adalah harga diri memediasi penggunaan media sosial dengan konsumsi online yang mencolok. Berdasarkan data Tabel 5 diketahui bahwa *Probability* (P) sebesar 0,008. Nilai ini menunjukkan nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 5 penelitian ini terdukung. Hipotesis 5 ini didukung oleh penelitian (Wai et al., 2019) yang menyampaikan bahwa karakteristik pengguna media sosial (harga diri) mampu memberikan pengaruh pada hubungan antara media sosial dan konsumsi yang mencolok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *social media usage* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *self-image congruity*, *conspicuous online consumption* dan *self-esteem*. Selain itu *self-image congruity* dan *self-esteem* mampu memediasi antara *social media usage* terhadap *conspicuous online consumption*. Hal ini mengindikasikan bahwa orang-orang tidak akan lepas dengan media sosial yang mereka gunakan, hal itu akan berpengaruh besar terhadap citra diri juga kepada seseorang mengonsumsi layanan-layanan secara online. Penelitian ini memperluas pengetahuan sebelumnya di literatur media sosial dalam hal memposisikan kesesuaian citra diri dan konsumsi online

yang mencolok sebagai hasil dari penggunaan media sosial. Studi sebelumnya berfokus pada berbagai hasil penggunaan media sosial seperti perilaku pencarian yang sedang berlangsung (Cheung, Pires, Rosenberger, et al., 2020) niat membeli kembali (Cheung, Pires, & Rosenberger, 2020) pengetahuan merek (Cheung, Pires, Rosenberger, et al., 2020) dan niat dari mulut ke mulut (Piehler et al., 2019). Penelitian ini menawarkan kontribusi pada literatur yang berlaku di dalam hasil kesesuaian citra diri dan konsumsi online yang mencolok, dengan demikian memperluas cakupan teoritis efek penggunaan media sosial.

Selanjutnya terdapat hubungan positif yang signifikan sebagai efek mediasi kesesuaian citra diri terhadap penggunaan media sosial dengan konsumsi online yang mencolok dan juga terdapat efek mediasi harga diri terhadap penggunaan media sosial dengan konsumsi online yang mencolok. Sementara penelitian sebelumnya telah menetapkan efek mediasi dari kecemburuan dan narsisme antara hubungan penggunaan media sosial dan konsumsi online yang mencolok (Taylor & Strutton, 2016). Penelitian ini menunjukkan mediasi parsial terhadap keselarasan citra diri dan harga diri dalam hubungan ini. Penggunaan media sosial menginduksi efek positif pada konsumsi online yang mencolok tidak hanya secara langsung, akan tetapi juga secara tidak langsung melalui psikologis yang terkait dengan bagaimana konsep diri bergantung pada keselarasan citra merek pengguna. Pengetahuan akademis menunjukkan bahwa harga diri memediasi terhadap konsumsi online yang mencolok, sebuah asosiasi yang signifikan bagi milenial yaitu dengan harga diri yang tinggi. Temuan menyelaraskan dengan aliran luas hasil penelitian yang telah menunjukkan bahwa orang-orang yang tinggi dalam harga diri adalah konsumen yang lebih mencolok (Drennan *et al.*, 2011; Truong and McCol, 2011; Khan and Dhar, 2006). Secara khusus, milenial menunjukkan harga diri yang lebih tinggi dan konsumsi mereka lebih dimotivasi oleh status (Eastman & Liu, 2012; O’Cass & Frost, 2002) dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Implikasi Manajerial

Penelitian ini memiliki beberapa saran untuk manajer. Pertama, temuan ini memperhatikan pentingnya penggunaan media sosial dalam menghasilkan hasil yang positif; akibatnya, manajer perlu memahami bahwa media sosial adalah instrumen pembangunan citra yang signifikan dan bahwa mengelola ini secara efektif dapat meningkatkan kesesuaian citra diri dan membentuk konsumsi online yang mencolok. Strategi pemasaran media sosial yang efektif dapat memfasilitasi interaksi dengan merangsang pengguna untuk mengomentari, berbagi, dan menyukai konten merek (Cheung, Pires, Rosenberger, et al., 2020; Lee et al., 2020). Selain itu, dapat memberikan informasi yang relevan, akurat, dan dirancang dengan cermat terkait dengan merek (Koay, 2020; Zhang et al., 2015; Zhao et al., 2019). Manajer dapat menjawab pertanyaan pengguna dengan lebih baik dan memberikan insentif seperti hadiah atau diskon kepada pengguna yang menggunakan tagar, memposting ide yang bermanfaat, dan membagikan foto atau video di *platform* media sosial mereka.

Kedua, beberapa temuan dikaitkan dengan peran mediasi yang dimainkan oleh kesesuaian citra diri dan harga diri. Penting bagi Marketing untuk membuat citra merek yang dekat dengan persepsi diri pelanggan sasaran mereka dan mengenali harga diri generasi milenial yang dapat membantu manajer *mid-luxury brand* untuk lebih mencocokkan merek mereka dengan konsumen ini. Sesuai dengan temuan yang berkaitan dengan konsumsi *online* yang mencolok, Milenial Jabodetabek kurang setuju jika membeli *mid-luxury brand*, dan menunjukkan kepada pengikutnya di media sosial. Manajer *mid-luxury brand* disarankan untuk mengenali harga diri dan kesesuaian citra diri sebagai mediasi penting antara penggunaan media sosial dan konsumsi online yang mencolok.

Manajer *mid-luxury brand* disarankan untuk menargetkan kelompok konsumen ini untuk meningkatkan konsumsi online mereka yang mencolok. Para manajer *mid-luxury brand* yang menyasar kaum milenial harus melakukan penelitian untuk memperjelas dan memperkuat konsep diri mereka agar dapat membangun citra merek yang cocok dengan mereka dan kemudian mengembangkan strategi komunikasi yang menekankan kecocokan ini. Misalnya, manajer dapat membentuk kepribadian untuk merek yang sangat sesuai dengan konsep diri ideal calon pelanggan millennial (Nguyen & Nguyen, 2021) Manajer *Mid-luxury brand* dapat melakukan kolaborasi dengan brand lain yang lebih unggul, dan/atau membuat *limited edition packaging*, sehingga diharapkan konsumen lebih tertarik untuk membagikan pengalaman pembelian produk di media sosial.

Keterbatasan Penelitian dan Penelitian yang akan Datang

Makalah ini memiliki hanya keterbatasan yang memberikan peluang untuk pengujian lebih lanjut. Pertama, generalisasi hasil penelitian dibatasi oleh fokusnya hanya pada sampel milenial yang bekerja di Jabodetabek, peneliti selanjutnya bisa menggunakan sampel yang lebih luas menambahkan wilayah lain atau bahkan Negara atau menggunakan generasi yang berbeda misalnya generasi Z dan *baby boomer*. Kedua, meskipun Instagram dipilih karena merupakan *platform* media sosial yang paling populer banyak digunakan konsumen untuk terhubung dengan *brand*, peneliti selanjutnya harus menjelajahi *platform* lain seperti *Facebook* atau *Tiktok* untuk membandingkan temuannya. Akhirnya, penelitian saat ini hanya menyelidiki mediasi dari dua variabel, harga diri dan kesesuaian citra diri. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menyelidiki hubungan moderasi dari kedua variabel tersebut yang berpotensi memoderasi asosiasi yang ditentukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bajac, H., Palacios, M., & Minton, E. A. (2018). Consumer-brand congruence and conspicuousness: an international comparison. *International Marketing Review*, 35(3), 498–517. <https://doi.org/10.1108/IMR-12-2016-0225>.
- Burnasheva, R., & Suh, Y. G. (2020). The influence of social media usage, self-image congruity and self-esteem on conspicuous online consumption among millennials. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(5), 1255–1269. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2020-0180>.
- Bolton, R., & Hoefnagels. (2017). J. of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, 29 (4), 498-521 Winter 2017 Raising Local Revenue: the Use and Adequacy of Voluntary Property Taxes in Arkansas. *Management Research Review*, 40(3), 352–367. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>.
- Charoennan, W., & Huang, K.-P. (2018). The Antecedents and Consequences of Conspicuous Consumption of Luxury Fashion Goods in a Social Media Platform. *The International Journal of Organizational Innovation*, 11(1), 1–21. <http://www.ijoi-online.org/>.
- Cheung, M. L., Pires, G., Rosenberger, P. J., & De Oliveira, M. J. (2020). Driving consumer–brand engagement and co-creation by brand interactivity. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 523–541. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2018-0587>.
- Cheung, M. L., Pires, G., & Rosenberger, P. J. (2020). The influence of perceived social media marketing elements on consumer–brand engagement and brand knowledge. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(3), 695–720. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2019-0262>.
- Cheung, M. L., Pires, G. D., Rosenberger, P. J., & De Oliveira, M. J. (2021). Driving COBRAs: the power of social media marketing. *Marketing Intelligence and Planning*, 39(3), 361–376. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2019-0583>.
- Duan, J., & Dholakia, R. R. (2017). Posting purchases on social media increases happiness: the mediating roles of purchases’ impact on self and interpersonal relationships. *Journal of Consumer Marketing*, 34(5), 404–413. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2016-1871>.
- Drennan, R.D., Hanks, B.H. and Peterson, C.E. (2011), “The comparative study of chiefly communities in the Eurasian steppe region”, *Social Evolution and History*, Vol. 10 No. 1, pp. 149-186.
- Eastman, J. K., & Liu, J. (2012). The impact of generational cohorts on status consumption: An exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 93–102. <https://doi.org/10.1108/07363761211206348>.
- Eun, J., & Watkins, B. (2016). YouTube vloggers ’ in fl uence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5753–5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>.
- Hagelberg, Laura. (2015). *Overall Insight into the Fashion Business*.
-

- Harris, M. A., & Orth, U. (2020). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1459–1477. <https://doi.org/10.1037/pspp0000265>.
- Hosany, S., & Martin, D. (2012). Self-image congruence in consumer behavior. *Journal of Business Research*, 65(5), 685–691. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.03.015>.
- IDN Research Institute. (2019). Indonesia Millennial Report 2019: Memahami Perilaku Milenial Indonesia. *IDN Research Institute*, 01, 61. <https://www.idntimes.com/indonesiamillennialreport2019>.
- Jacob, I., Khanna, M., & Rai, K. A. (2020). Attribution analysis of luxury brands: An investigation into consumer-brand congruence through conspicuous consumption. *Journal of Business Research*, 116(July), 597–607. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.007>.
- Khan, U., & Dhar, R. (2006). *Licensing Effect in Consumer Choice*. XLIII(May), 259–266. Vol. 43 No. 2, pp. 259-266, <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.2.259>.
- Koay, K. Y. (2020). *Perceived social media marketing activities and consumer-based brand equity*. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0453>.
- Lee, J. K., Hansen, S. S., & Lee, S. Y. (2020). The effect of brand personality self-congruity on brand engagement and purchase intention: The moderating role of self-esteem in Facebook. *Current Psychology*, 39(6), 2116–2128. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9898-3>.
- Lin, J. Y. C., Le, A. N. H., Khalil, S., & Cheng, J. M. S. (2012). Social media usage and work values: The example of Facebook in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 40(2), 195–200. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.2.195>.
- Minev, M., Petrova, B., Mineva, K., Petkova, M., & Strebkova, R. (2018). Self-esteem in adolescents. *Trakia Journal of Science*, 16(2), 114–118. <https://doi.org/10.15547/tjs.2018.02.007>.
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for Brand-Related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 37–41. <https://doi.org/10.2501/IJA-30-1-013-046>.
- Nguyen, Y. T. H., & Nguyen, H. V. (2021). An alternative view of the millennial green product purchase: the roles of online product review and self-image congruence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 231–249. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2019-0612>.
- O’Cass, A., & Frost, H. (2002). Status brands: Examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption. *Journal of Product & Brand Management*, 11(2), 67–88. <https://doi.org/10.1108/10610420210423455>.
- Pew Research Center (2019), Where Millennials end and Generation Z Begins. available at <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (accessed June 2021).

- Piehler, R., Schade, M., Kleine-Kalmer, B., & Burmann, C. (2019). Consumers' online brand-related activities (COBRAs) on SNS brand pages: An investigation of consuming, contributing and creating behaviours of SNS brand page followers. *European Journal of Marketing*, 53(9), 1833–1853. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0722>.
- Sekaran, U., Bougie, R (2016). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach, 7th Edition*. www.wileypluslearningspace.com.
- Taylor, D. G., & Strutton, D. (2016). Does Facebook usage lead to conspicuous consumption?: The role of envy, narcissism and self-promotion. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(3), 231–248. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2015-0009>.
- Thoumrungroje, A. (2014). The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(November 2012), 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>.
- Topçu, U. C. (2018). *Conspicuous Consumption in Relation to Self-Esteem, Self-Image and Social Status: An Empirical Study*. 697–709. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70377-0_48.
- Truong, Y., & McColl, R. (2011). Intrinsic motivations, self-esteem, and luxury goods consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(6), 555–561. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2011.08.004>.
- Valkenburg, P. . ; P. J. . (2017). *Plugged in : How media attract and affect youth*. UvA-DARE (Digital Academic Repository). <https://doi.org/10.12987/yale/9780300218879.001.0001>.
- Widjajanta, B., Senen, S. H., & Anggraeni, C. P. (2018). The Impact Of Social Media Usage And Self-Esteem On Conspicuous Consumption: Instagram User Of Hijabers Community Bandung Member. *International Journal Of Ebusiness And Egovernment Studies*, 10(2).
- Wai, L. K., Osman, S., Wai, L. K., & Osman, S. (2019). *The Influence of Self-esteem in the Relationship of Social Media Usage and Conspicuous Consumption The Influence of Self-esteem in the Relationship of Social Media Usage and Conspicuous Consumption*. 9(2), 335–352. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i2/5549>.
- Way, L. K. (2018). *Influence of Materialism and Self-Esteem in the Relationship Between Social Media Usage and Consumer Propensity Towards Conspicuous Consumption*.
- Wang, Y., & Griskevicius, V. (2014). *and Rivals : Women ' s Luxury Products as Signals to Other Women*. 40(February). <https://doi.org/10.1086/673256>.
- Wai, L.K. and Osman, S. (2020), “Conspicuous consumption via social media”, in Suki, N.M. and Suki, N.M. (Eds), *Leveraging Consumer Behavior and Psychology in the Digital Economy*, IGI Global, Hershey, PA.
- Zhang, K. Z. K., Benyoucef, M., & Zhao, S. J. (2015). Consumer participation and gender differences on companies' microblogs: A brand attachment process perspective. *Computers in Human Behavior*, 44, 357–368. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.068>.

Zhao, L., Lee, S. H., & Copeland, L. R. (2019). Social media and Chinese consumers' environmentally sustainable apparel purchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 855–874. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0183>.

Peran *Fee-Based Income* sebagai Mediator antara Layanan Digital Perbankan dengan Kinerja Keuangan di Bank Swasta yang Terdaftar di BEI

Saur Costanius Simamora*

Program Studi Manajemen, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma
Jalan Halim Perdana Kusuma, Jakarta, Indonesia
Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudi, Bandung, Indonesia
saur@unsurya.ac.id; saurcsimamora@upi.edu

Ikaputra Waspada

Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudi, Bandung, Indonesia
ikaputerawaspada@upi.edu

(* Penulis Korespondensi

Diterima: 05-10-2022 | Disetujui: 14-02-2023 | Dipublikasi: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengkaji pengaruh *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* terhadap rasio *return on asset* (ROA) melalui *fee-based income* dari layanan digital di bank swasta yang terdaftar di BEI. Tujuan dari riset ini yaitu (1) pengaruh *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* terhadap *fee-based income* (2) Menganalisis pengaruh pengaruh *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* terhadap ROA (3) Merumuskan implikasi manajerial untuk meningkatkan penggunaan layanan *digital service* di bank swasta yang terdaftar di BEI. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) PIs dengan jumlah 396 data dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* tahun 2019-2021. Indikator-indikator yang digunakan yaitu jumlah pengguna user, jumlah transaksi dan nominal transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-wallet* berpengaruh terhadap *fee-based income* dan juga berpengaruh terhadap ROA. Namun baik *mobile banking* dan *internet banking* tidak memiliki pengaruh terhadap *fee-based income* dan ROA. Implikasi manajerial yang dapat diberikan, yaitu mempertahankan performa layanan *e-wallet*, meningkatkan performa layanan *mobile banking* dan *internet banking* dengan fitur teknologi dan mempromosikan layanan kepada nasabah lama dan baru di bank swasta yang terdaftar di BEI.

Kata Kunci:

Layanan Perbankan Digital; Mobile Banking; Internet Banking; E-Wallet; Pendapatan Non Bunga

ABSTRACT

The study analyzed the effect of *mobile banking*, *internet banking*, and *e-wallet* on ROA through *fee-based income* from digital services at private banks listed on the IDX. The objectives of this study are (1) to the effect of *mobile banking*, *internet banking*, and *e-wallet* on *fee-based income*, (2) to analyze the influence of *mobile banking*, *internet banking*, and *e-wallet* on *return on asset* (ROA) (3) to Formulate managerial implications for increasing the use of digital service at private bank listed on the IDX. The data in this study were analyzed using *Structural Equation Modeling* (SEM) PIs with 396 data with a sampling technique using *purposive sampling* in 2019-2021. The indicators used were the number of users, the number of transactions, and the nominal transactions. The results show that *e-wallet* has an effect on *fee-based income* and also has an effect on ROA. However, *mobile* and *internet banking* do not affect *fee-based income* and ROA. The managerial implications that can be given are maintaining the performance of *e-wallet* services, improving the performance of *mobile banking* and *internet banking* services with technology features, and promoting services to old and new customers at private banks listed on the IDX.

Keywords:

Digital Banking Service; Mobile Banking; Internet Banking; E-Wallet; Fee-Based Income

PENDAHULUAN

Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengucurkan dana tersebut kepada masyarakat secara kredit atau bentuk lain yang dapat memajukan kesejahteraan masyarakat (www.ojk.go.id). Aktivitas intermediasi tersebut merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh bank untuk menghasilkan pendapatan. Menurut (Kasmir, 2016) sumber pendapatan bank dapat dibagi dua yaitu penerimaan bunga (*interest income*) dan penerimaan non bunga (*non-interest income*). Pendapatan bunga identik dengan pemberian kredit, sedangkan pendapatan non bunga erat kaitannya dengan layanan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

Menurut (Rahayu & Lestari, 2021) sumber pendapatan non bunga (*non-interest income*) dapat memberikan kontribusi yang besar, jika dapat di manajemen dengan baik. Bahkan (Yegon & Githaiga, 2019) pendapatan non bunga (*non-interest income*) dapat menyumbang 40 persen pendapatan dari pendapatan total dari suatu bank. Oleh sebab itu bank perlu mempertimbangkan pendapatan non bunga (*non-interest income*) sebagai alternatif strategi kedepannya. Ditambah lagi dengan adanya tantangan kenaikan tingkat suku bunga dan ketidakpastian global (www.bi.go.id), dapat memicu kenaikan biaya modal perusahaan (Hendayana & Riyanti, 2020).

Tantangan bagi bank yang lain yaitu berkembangnya teknologi informasi, kehidupan masyarakat internasional telah memasuki era perubahan tren industri 4.0. Transformasi ini ditandai dengan adanya inovasi teknologi yaitu *artificial intelligence* (AI), *Internet of Things* (IoT), *machine learning* dan *cloud computing*. Penggunaan teknologi ini di sektor jasa keuangan telah merevolusi industri perbankan (Baskerville et al., 2020). Perubahan ini mencerminkan perubahan ekspektasi konsumen terhadap produk dan layanan perbankan serta penggunaan data untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan (munculnya produk dan layanan berbasis data; munculnya produk berbasis data; mencerminkan perluasan kemitraan baru dengan perusahaan besar), beralih dari model rintisan dan operasi ke model bisnis digital (OJK, 2020:12).

Apalagi, pandemi Covid-19 juga mempercepat transformasi industri perbankan. Pandemi Covid-19 telah mendorong pergeseran perilaku dan arah masyarakat dari ekonomi fisik ke ekonomi virtual. Bank harus mempercepat transformasi digitalnya, berinovasi lebih baik, dan bekerja lebih efektif dan berguna untuk memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Rivai, 2021), dari perspektif sektor perbankan dan pengambil kebijakan publik, perkembangan teknologi perbankan digital dapat meningkatkan persaingan dan memperluas pasar potensial. Pada akhirnya, hal itu meningkatkan efisiensi dan produktivitas bank di sektor keuangan. Oleh karena itu, peran industri perbankan semakin penting dalam mendorong kualitas perbankan yang lebih transparan, efisien dan modern. (Winarko, 2017).

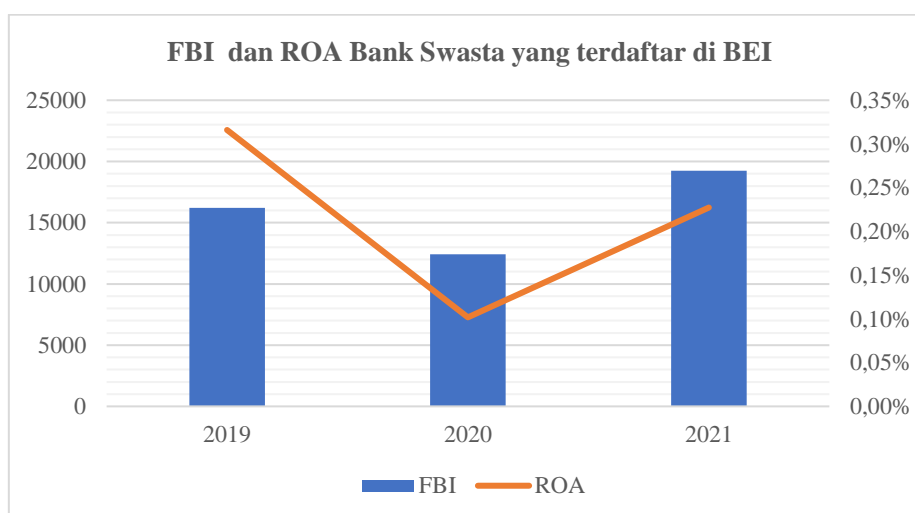
Menurut (OJK, 2020), digitalisasi perbankan dapat didorong oleh berbagai faktor, karena perekonomian Indonesia dapat menyerap gelombang digitalisasi tersebut. Faktor-faktor tersebut tercermin dalam tiga dimensi utama: perilaku digital, transaksi digital, dan peluang digital. Peluang digital meliputi pertumbuhan demografi, kemampuan ekonomi dan berkembangnya keuangan digital, peluang penetrasi internet, dan tingkat pertumbuhan konsumen. Perilaku digital mencakup kepemilikan perangkat dan penggunaan aplikasi seluler. Transaksi digital ditandai dengan transaksi online (*e-commerce*), perbankan digital, transaksi uang elektronik, dan pengurangan jumlah kantor cabang bank.

Merujuk pada (POJK Nomor 12/POJK.03/2021, 2021), Perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang memaksimalkan penggunaan data nasabah, mempertimbangkan keamanan, dan dapat dioperasikan secara mandiri oleh nasabah dengan tujuan memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan. Layanan perbankan untuk mendukung dan memfasilitasi kegiatan pembiayaan dan penjualan. Oleh karena itu, nasabah hanya perlu berurusan dengan satu bank daripada mencari bank lain yang menawarkan layanan yang mereka butuhkan (Kasmir, 2016). Contoh saluran penjualan (*delivery channel*) untuk layanan *e-banking* adalah *internet banking*, *mobile banking*, ATM (ATM), *cash deposit machine* (CDM), *phone banking*, *short message service* (SMS) banking, *electronic data capture* (EDC), dan *point of sale* (POS) (Otoritas Jasa Keuangan, 2018).

Banyak hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan perbankan digital yang memiliki lebih banyak pelanggan dan lebih banyak transaksi melalui komunikasi digital akan berkinerja lebih baik. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor internal bank yang diidentifikasi penting menunjukkan bahwa hal itu berperan dan berkontribusi terhadap kinerja bank (Koroleva & Kudryavtseva, 2020) (Wadesango, 2020) (Kurniawan et al., 2021). Penelitian (Masita, 2014) menjelaskan bahwa provisi, komisi, biaya (*fee*); penerimaan transaksi valuta asing dan pendapatan lainnya memiliki pengaruh secara Bersama-sama yang signifikan terhadap *fee-based income* pada bank pemerintah dan bank asing. Hal ini didukung penelitian (Hadi & Nurjanah, 2017), jumlah mesin yang dipasang dan volume transaksi mesin EDC memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan jumlah *fee-based income*. Dengan demikian hasil penelitian tersebut menunjukkan jika semakin banyak penggunaan layanan digital perbankan digunakan di suatu bank, maka akan meningkatkan pendapatan bank. Jika pendapatan naik, maka profitabilitas bank juga akan naik.

Namun sebaliknya, terdapat juga beberapa penelitian yang mendapatkan hasil yang berbeda terkait layanan digital Perbankan terhadap profitabilitas suatu bank. Hasil penelitian (Akhisar et al., 2015) (Sudaryanti et al., 2018) (Arif & Masdupi, 2020) (Hossain, 2021) menunjukkan bahwa elektronik banking malah berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank. Begitu juga dengan penelitian (Rahayu & Lestari, 2021) (Arini, 2016) yang menunjukkan bahwa m-banking tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *fee-based income*. Bahkan penelitian (Khairina, 2022) menyebutkan bahwa infrastruktur layanan perbankan digital tidak berpengaruh terhadap kinerja bank.

Salah satu bank di Indonesia yang aktif melayani transaksi ekspor dan impor, transaksi valuta asing dan transaksi jasa perbankan lainnya yaitu bank swasta yang terdaftar di BEI. Adapun agar bisnis dari bank swasta yang terdaftar di BEI dapat bersaing dan berjalan secara berkelanjutan, maka bank harus selalu mengikuti perkembangan teknologi perbankan yaitu *digital banking service*. Sebagai bagian dari pelayanannya kepada masyarakat, maka pada tahun 2018 bank swasta yang terdaftar di BEI ini meluncurkan platform *internet banking*, *e-wallet* dan juga *mobile banking* untuk pelanggan individu maupun korporasi. Pada saat ini bank swasta yang terdaftar di BEI ini termasuk pada Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti (KBMI) 1 (satu). KBMI 1 merupakan bank dengan modal inti sampai dengan Rp.6.000.000.000.000 (enam triliun rupiah). Sejak tahun 2019 hingga tahun 2021 baik FBI juga ROA mengalami fluktuasi. Dari tahun 2019 – 2021 FBI sebesar 16,224 Miliar, 12,426 Miliar dan 19,231 Miliar. Sedangkan ROA dari bank swasta yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 – 2021 yaitu 0,32 persen, 0,10 persen dan 0,23 persen. Padahal dari sisi jumlah pengguna user, jumlah transaksi dan nominal yang ditransaksikan di *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* dari tahun ke tahun semakin meningkat.



Gambar 1. FBI Dan ROA Bank Swasta Yang Terdaftar Di BEI

Sumber: Hasil data diolah penulis (2022)

Pendapatan bank bisa diperoleh melalui *spread base income* dan *fee-based income* (Kasmir, 2016). Dengan semakin banyaknya pesaing yang bergerak jasa *digital banking service* ini mengharuskan bank swasta yang terdaftar di BEI harus mampu menangkap peluang dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *fee-based income*. Terutama bagaimana kontribusi layanan digital perbankan terhadap profitabilitas bank. Sehingga dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi *fee-based income* (FBI) maka perusahaan akan melakukan strategi-strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan harapan nasabah dan menangkap peluang digitalisasi untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Seperti diketahui bahwa rasio profitabilitas adalah tolak ukur yang berguna untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan suatu laba. Rasio ini juga menjadi ukuran bagaimana efektivitas dan kinerja manajemen dalam menjalankan bisnis (Kasmir, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis pengaruh *digital banking service* yaitu *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking* terhadap FBI; (2) menganalisis pengaruh *digital banking service* yaitu *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking* terhadap ROA. (3) Merumuskan implikasi manajerial untuk meningkatkan penggunaan layanan *digital service* di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Penelitian terbatas pada hal yang difokuskan untuk menganalisis pengaruh *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking* terhadap ROA melalui FBI dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Indikator dari variabel *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking* meliputi jumlah user, jumlah transaksi dan nominal transaksi dari penggunaan layanan digital perbankan dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk.

METODE RISET

Objek penelitian yaitu suatu perusahaan yang beroperasi di bidang perbankan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder, kemudian metode pengumpulan data dengan teknik dokumentasi. Metode pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling*. Teknik digunakan adalah *purposive sampling*, dimana penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Maka data diambil di bank swasta yang terdaftar di BEI yaitu dari tahun 2019 – 2021. Dimana tahun 2019 merupakan tahun tersedianya data pelayanan *digital banking service* di bank swasta tersebut secara lengkap untuk data jumlah pengguna user, jumlah transaksi dan nominal yang ditransaksikan pada digital banking service (*e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking*).

Metode untuk pembuktian dugaan penelitian dengan menggunakan analisis jalur (*path*), dimana dapat mengidentifikasi baik efek secara langsung maupun efek secara tidak langsung. Selain itu juga menjadi sebagai indikator untuk menguji validitas dan reliabilitas model penelitian. Data penelitian diolah dengan *Partial Least Square (PLS)* dengan aplikasi SMART PLS Versi 3.0. Data sekunder penelitian diperoleh dari data bagian *e-channel* dan laporan keuangan dari perusahaan dari website Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Baik data *digital banking service* dan laporan keuangan menggunakan data laporan keuangan periode bulanan di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian eksploratif yaitu penelitian yang membahas bagaimana variabel yang diuji dan pengaruhnya antara satu variabel dengan variabel lain yang diteliti (Sugiyono, 2017). Berdasarkan uraian tersebut, dengan demikian penelitian ini adalah riset asosiatif yang menganalisis pengaruh kelompok variabel sebagai determinan terhadap variabel selain faktor objektif melalui serangkaian uji dugaan (hipotesis).

Ada dua jenis variabel laten dalam SEM yaitu variabel eksogen dan endogen (Hair et al., 2014). Variabel riset didefinisikan sebagai ciri, perilaku, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas

dengan variasi tertentu yang ingin diselidiki kemudian diambil suatu kesimpulan oleh peneliti. Peneliti menggunakan dua variabel yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

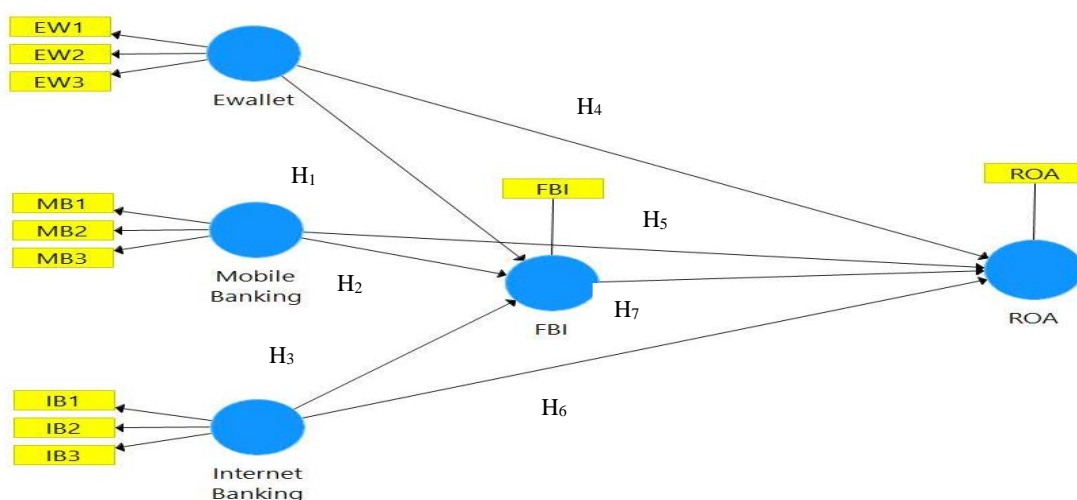
1. Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan positif atau negatif dan terjadinya variabel dependen (endogen). Ada tiga variabel eksogen dalam penelitian ini. Jadi, X_1 adalah variabel *mobile banking*, X_2 adalah variabel *internet banking*, dan X_3 adalah variabel *e-wallet*.
2. Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas. Terdapat dua variabel endogen dalam penelitian ini yaitu variabel ROA (Y) dan variabel FBI (Z).

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Mobile banking</i> (X_1)	Jumlah user (MB1)	Rasio
	Jumlah Transaksi (MB2)	Rasio
	Nominal Transaksi (MB3)	Rasio
<i>Internet Banking</i> (X_2)	Jumlah user (IB1)	Rasio
	Jumlah Transaksi (IB2)	Rasio
	Nominal Transaksi (IB3)	Rasio
<i>E-wallet</i> (X_3)	Jumlah user (EW1)	Rasio
	Jumlah Transaksi (EW2)	Rasio
	Nominal Transaksi (EW3)	Rasio
<i>Return on Asset</i> (Y)	Laba Sebelum Pajak	Rasio
	Total Aset Rata-Rata	Rasio
<i>Fee-based Income</i> (Z)	Pendapatan non bunga	Rasio

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Variabel eksogen selalu ditampilkan sebagai variabel independen di semua persamaan dalam model. Sebagai berikut kerangka pikir penelitian pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Hasil olah data (2022)

Keterangan:

Endogenous : ROA (*Return on Asset*)

Exogenous : *Mobile Banking* (MB), *Internet Banking* (IB) dan *E-wallet* (EW)

Mediator : *Fee-based income* (FBI)

Mobile banking (X_1), biasa disingkat dengan m-Banking, merupakan transaksi perbankan melalui media seluler (baik aplikasi m-banking maupun aplikasi standar operator seluler) (OJK, 2020). Adapun indikator yang menggambarkan *mobile banking* (MB) adalah jumlah user (MB1), Jumlah transaksi (MB2) dan Nominal Transaksi (MB3). Jika semakin banyak user yang menggunakan layanan *mobile banking*, maka *fee-based income* dan ROA perusahaan akan meningkat. Kemudian dengan semakin banyak transaksi yang terjadi pada layanan *mobile banking*, maka meningkat pula *fee-based income* dan ROA yang diperoleh perusahaan. Demikian juga dengan semakin besar nominal yang ditransaksikan pada *mobile banking*, maka semakin tinggi juga *fee-based income* dan ROA yang akan diperoleh perusahaan. Maka dapat diduga bahwa semakin banyak jumlah user, jumlah transaksi dan nilai nominal yang ditransaksikan pada layanan *mobile banking* akan berpengaruh terhadap *fee-based income* dan ROA pada bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Dengan demikian dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini pada Gambar 2 yaitu H_2 dan H_5 .

Internet banking (X_2), merupakan fasilitas yang tersedia untuk nasabah bank untuk melakukan transaksi bank melalui internet kapan saja, di mana saja (OJK, 2020). Indikator yang menggambarkan *internet banking* (IB) yaitu jumlah user (IB1), Jumlah transaksi (IB2) dan Nominal Transaksi (IB3). Jika semakin banyak user yang menggunakan layanan *internet banking*, maka *fee-based income* dan ROA perusahaan akan meningkat. Kemudian dengan semakin banyak transaksi yang terjadi pada layanan *internet banking*, maka meningkat pula *fee-based income* dan ROA yang diperoleh perusahaan. Demikian juga dengan semakin besar nominal yang ditransaksikan pada *internet banking*, maka semakin tinggi juga *fee-based income* dan ROA yang akan diperoleh perusahaan. Hal dapat diduga bahwa semakin banyak jumlah user, jumlah transaksi dan nilai nominal yang ditransaksikan pada layanan *internet banking* akan berpengaruh terhadap *fee-based income* dan ROA pada bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Maka rumusan hipotesis untuk penelitian ini pada Gambar 2 yaitu H_3 dan H_6 .

E-wallet (X_3), Menurut Bank Indonesia (2020), uang elektronik (*e-money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan titipan menurut undang-undang perbankan. Adapun indikator yang menggambarkan *e-wallet* (EW) yaitu jumlah user (EW1), jumlah transaksi (EW2) dan nominal transaksi (EW3). Di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk terdiri dari 2 yaitu *Elektronik Money* (*E-money*) dan *Electronic Wallet* (*E-wallet*). Dompet digital (*E-wallet*) yang tersedia di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk yaitu DANA, GOPAY, LINKAJA, OVO dan *ShopeePay*. Jika semakin banyak user yang menggunakan layanan *e-wallet*, maka *fee-based income* dan ROA perusahaan akan

meningkat. Kemudian dengan semakin banyak transaksi yang terjadi pada layanan *e-wallet*, maka meningkat pula *fee-based income* dan ROA yang diperoleh perusahaan. Demikian juga dengan semakin besar nominal yang ditransaksikan pada layanan *e-wallet*, maka semakin tinggi juga *fee-based income* dan ROA yang akan diperoleh perusahaan. Hal ini dapat diduga jika semakin banyak jumlah user, jumlah transaksi dan nilai nominal transaksi *e-wallet* akan berpengaruh terhadap *fee-based income* dan ROA pada bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Maka dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini pada Gambar 2 yaitu H₁ dan H₄.

Variabel endogen, di sisi lain, adalah variabel dependen dalam setidaknya satu persamaan dalam model. Dalam penelitian ini, variabel endogen adalah *return on assets* (ROA). *Return on assets* (Y) adalah rasio yang menentukan besarnya laba bersih yang dihasilkan dari penggunaan aset perusahaan dengan menghubungkan laba bersih dengan total aset (Arthur J. Keown, John D Martin, J. William Petty, 2017). Dapat diartikan bahwa investasi pada aset teknologi di perbankan untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, ini penelitian ini memilih ROA sebagai variabel endogen untuk mengukur kemampuan bisnis bank.

Variabel mediasi dalam penelitian ini yaitu *fee-based income* (FBI). *Fee Based Income* (Z) adalah keuntungan dari transaksi dalam layanan jasa-jasa perbankan (Kasmir, 2016). *Fee-based income* terdiri dari pendapatan provisi dan komisi, pendapatan perdagangan valuta asing dan pendapatan operasional lainnya (Rahayu & Lestari, 2021). Jika semakin tinggi *fee-based income* perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai ROA. Kemudian jika semakin rendah *fee-based income* perusahaan, maka semakin rendah juga nilai ROA perusahaan. Dengan demikian dapat diartikan semakin tinggi penggunaan *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking* akan berpengaruh terhadap *fee-based income*, dan akhirnya meningkatkan profitabilitas bank itu sendiri. Maka rumusan hipotesis untuk penelitian ini pada Gambar 2 yaitu H₇.

Peneliti berusaha menjelaskan pengaruh antara *mobile banking* (X₁), *internet banking* (X₂), *e-wallet* (X₃), *Return on Asset* (Y) dan *Fee Based Income* (Z). Variabel indikator yang menyusun model SEM pada penelitian berjumlah 396 data (36 bulan x 11 indikator), dimana setiap variabel X₁, X₂ dan X₃ diwakili jumlah user, jumlah transaksi dan nominal transaksi pada *digital banking services* di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk.

Menurut (Hair et al., 2014), terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam membentuk model SEM, yakni mengembangkan model konseptual dan berbasis teori, mengembangkan diagram jalur, mengubah diagram alir menjadi struktur, memilih matriks input dan menyimpulkan model, menilai identifikasi masalah, mengevaluasi model, dan menafsirkan serta memodifikasi model. Pada tahapan pengembangan model berbasis konsep dan teori, dilakukan spesifikasi dari variabel-variabel yang akan diteliti dan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

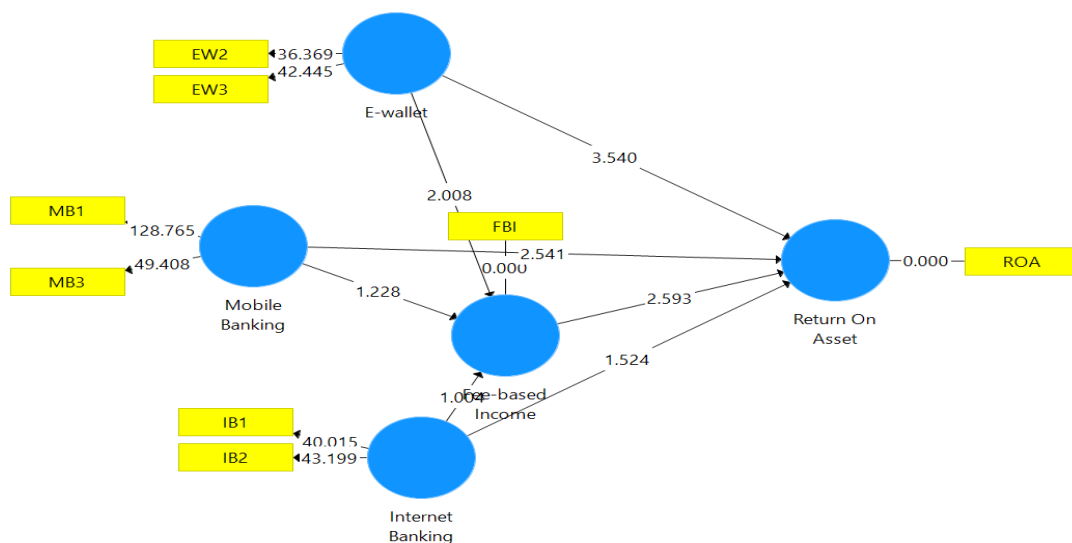
Analisis model SEM yang digunakan merupakan berbasis varian yang disebut dengan *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan bantuan SmartPLS Versi 3 di dalam pengolahannya. Ada terdapat 7 hipotesis di dalam penelitian ini, kemudian kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : *E-wallet* berpengaruh positif terhadap *Fee Based Income* (FBI)
- H₂ : *Mobile banking* memiliki pengaruh positif terhadap *Fee Based Income* (FBI)
- H₃ : *Internet banking* berpengaruh positif terhadap *Fee Based Income* (FBI)
- H₄ : *E-wallet* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* (ROA)
- H₅ : *Mobile banking* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* (ROA)
- H₆ : *Internet banking* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* (ROA)
- H₇ : *Fee Based Income* (FBI) berpengaruh positif terhadap *Return on Asset* (ROA)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model

Berdasarkan aturan yang mengikuti pada Tabel 2 (Ghozali dan Latan, 2015) yakni nilai faktor konstruk $\geq 0,5$ yang dianggap valid dan reliabel. Hasil uji model pengukuran (*outer model*) diperoleh bahwa indikator dan variabel laten ada yang tidak memenuhi aturan dengan nilai *loading factor* di bawah 0.6, maka harus dikeluarkan (eliminasi) dari model yaitu jumlah user *e-wallet* (EW1), jumlah transaksi *mobile banking* (MB2) dan nominal transaksi *internet banking* (IB3). Kemudian setelah indikator EW1, MB2 dan IB3 dikeluarkan, maka data dihitung kembali dengan *bootstrapping* pada SmartPLS. Setelah dilakukan *bootstrapping*, maka model sudah memenuhi aturan dengan nilai *loading factor* diatas 0.6 sehingga indikator dan dimensi sudah valid. Hasil *bootstrapping* dapat dilihat pada Gambar 3. Selain itu ditemukan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > dari 0.5 yang berarti tidak ada permasalahan konvergen validity pada model penelitian yang sedang diuji.



Gambar 3. Hasil Bootstrapping
 Sumber: Hasil olah data (2022)

Nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari semua variabel diatas 0,7 maka model ini telah memenuhi persyaratan reliabilitas. Mengacu pada Tabel 2 indikator disebut valid jika nilai peluang lebih kecil dari 0,05 dan hasil *composite reliability* maupun *cronbach alpha* diperoleh angka lebih besar dari 0,6 untuk variabel *mobile banking*, *internet banking*, dan *e-wallet* secara individual. Kondisi ini mengindikasikan instrumen yang diujikan tidak memiliki permasalahan reliabilitas pada model yang sedang di uji.

Tabel 2. Aturan Model Pengukuran

Analisa Outer Model	Parameter	Rule of Thumb
Uji Validitas Convergent	<i>Loading Factor</i>	Nilai diatas 0,60 untuk riset eksplorasi
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Nilai diatas 0,50 untuk riset <i>konfirmasi</i> maupun eksplorasi
Uji Validitas Discriminant	<i>Cross Loading</i>	didas 0,70 untuk setiap variabel
	<i>HTMT Inference</i>	<i>Confidence Interval</i> < 1
Uji Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai diatas 0,70 untuk riset <i>konfirmasi</i> Nilai diatas 0,60 masih dapat diterima untuk riset eksplorasi
	<i>Composite Reliability</i>	Nilai diatas 0,70 untuk riset <i>konfirmasi</i>
		Nilai 0,60 - 0,70 masih dapat diterima untuk riset eksplorasi

Sumber: Ghazali dan Latan (2015)

Uji validitas berguna untuk menguji ketepatan suatu *instrument* dalam pengukuran. Kemudian uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi variabel yang diteliti. Untuk Cronbach's Alpha untuk *e-wallet*, *fee-based income*, *internet banking*, *mobile banking* dan ROA secara berturut-turut yaitu 0.823, 1.000, 0.848, 0.928 dan 1.000 sudah >0.60, maka model dalam penelitian ini memiliki *good fit*. Selain itu pengukuran dengan AVE membandingkan setiap konstruksya dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam uji model. Nilai AVE yaitu 0.850, 1.000, 0.868, 0.932 dan 1.000 sudah > 0.50 maka dapat dikatakan valid. Maka dapat disimpulkan untuk model dianggap valid, maka nilai AVE haruslah lebih besar dari 0.5. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha, rho A, Composite Reliability dan AVE.

Tabel 3. Nilai Cronbach's Alpha, rho A, Composite Reliability dan AVE

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Deskripsi
EW	0.823	0.825	0.919	0.850	Valid
FBI	1.000	1.000	1.000	1.000	Valid
IB	0.848	0.849	0.929	0.868	Valid
MB	0.928	0.945	0.965	0.932	Valid
ROA	1.000	1.000	1.000	1.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SEM PLS (2022)

Analisis Inner Model (Model Struktural)

Hasil uji model struktural (*inner model*), diperoleh R-Square (R^2) atau koefisien determinasi dari *Fee-based income* (FBI) sebesar 0,223 artinya variabel endogen FBI dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yaitu *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* adalah 22.3% sedangkan sisanya sebanyak 77.7% dijelaskan oleh variabel eksogen lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel

endogen kedua dari konstruk yaitu *Return on Asset* (ROA) diperoleh nilai R-Square (R^2) atau koefisien determinasi dari konstruk 0,715 artinya ROA dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yaitu *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* sebesar 71.5% sedangkan sisanya sebanyak 28.5% dijelaskan oleh variabel eksogen lainnya yang diluar dalam penelitian ini. Nilai R-Square dari uji model SEM ini pada Tabel 4.

Tabel 4. Tabel R-Square

Variabel	R-Square
<i>Fee-based Income</i>	0.223
<i>Return on Asset (ROA)</i>	0.715

Sumber: Hasil olah data SEM PLS (2022)

Uji Hipotesis

Analisis yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi FBI dan ROA dari Bank swasta yang terdaftar di BEI dengan menggunakan analisis SEM Pls. Adapun hasil pengujian hipotesis yang dapat dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Effects	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P-Values	Hasil	Kesimpulan
Direct Effects					
EW -> FBI	0.434	2.008	0.045	Positif & berpengaruh	Hipotesis diterima
EW -> ROA	0.530	3.540	0.000	Positif & berpengaruh	Hipotesis diterima
FBI -> ROA	0.298	2.593	0.010	Positif & berpengaruh	Hipotesis diterima
IB -> FBI	-0.546	1.004	0.316	Negatif & tidak berpengaruh	Hipotesis ditolak
IB -> ROA	0.527	1.524	0.128	Positif dan tidak berpengaruh	Hipotesis ditolak
MB -> FBI	0.639	1.228	0.220	Positif dan tidak berpengaruh	Hipotesis ditolak
MB -> ROA	-0.759	2.541	0.011	Negatif & berpengaruh	Hipotesis ditolak

Sumber: Hasil olah data SEM PLS (2022)

Hipotesis 1: Pengaruh *E-wallet* terhadap *Fee-based Income*

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh bahwa layanan digital *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap FBI dengan p-value yaitu $0.045 < 0.05$, maka hipotesis H_1 diterima. Hasil ini dapat dijelaskan dengan layanan digital *e-wallet* akan meningkatkan *fee-based income* pada Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Dengan demikian dapat diartikan yaitu semakin tinggi jumlah transaksi dan nominal transaksi *e-wallet* yang dilakukan oleh nasabah dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk akan semakin tinggi pula *fee-based income* yang akan diperoleh perusahaan dari transaksi tersebut. Layanan *e-wallet* ini dapat terus ditingkatkan agar semakin banyak digunakan oleh nasabah dari Bank swasta. Beberapa hal yang dapat digunakan menurut (Widyastuti et al., 2017) menambah *merchant*, menambah metode akses, menambah saluran (*channel*) transaksi, dan mengurangi biaya transaksi. Kemudian hasil penelitian (Damayanti et al., 2021) juga menunjukkan bahwa perusahaan harus memperhatikan pengaruh sosial dan kondisi fasilitas dari layanan *e-wallet*, karena dapat minat penggunaan layanan tersebut. Selain itu layanan *e-wallet* hendaknya memperhatikan kenyamanan

konsumen (Cabanillas et al., 2017) dan kemudahan, kecepatan dalam pengoperasiannya (Haque et al., 2020).

Hipotesis 2: Pengaruh *Mobile Banking* terhadap *Fee-based Income*

Hasil uji SEM untuk layanan *mobile banking* bernilai positif dan tidak berpengaruh terhadap *fee-based income* di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk dimana p-value sebesar $0.220 > 0.05$, maka H_2 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Rahayu & Lestari, 2021) bahwa *M-banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap FBI pada Bank Swasta Nasional di Indonesia, namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian (Surachim et al., 2021). Diduga penyebabnya karena layanan *mobile banking* penggunaannya belum menyeluruh oleh nasabah. Atau juga dapat diartikan bahwa setiap nasabah dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk juga belum tentu menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* ini, walaupun sudah tersedia. Selain itu layanan *mobile banking* belum seoptimal fitur-fitur yang dimiliki dibandingkan bank lain. Menurut (Lim & Lady, 2022) perusahaan dapat memperhatikan dari faktor-faktor *perceived ease of use* dan *perceived trust*. *Perceived ease of use* dimana harapan dari pengguna layanan *mobile banking* akan mendapatkan kemudahan teknologi *mobile banking* tersebut. Kemudian *perceived trust*, dimana harapannya layanan *mobile banking* tersebut dapat dipercaya dan aman dalam penggunaan oleh nasabah.

Hipotesis 3: Pengaruh *Internet Banking* terhadap *Fee-based Income*

Hasil uji model SEM untuk layanan *internet banking* bernilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap FBI di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk dengan p-value $0.316 > 0.05$, maka H_3 ditolak. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa adanya peningkatan jumlah user dan jumlah transaksi atas layanan *internet banking* tidak mempengaruhi FBI dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Hal ini disebabkan *internet banking* secara umum banyak digunakan oleh nasabah perusahaan (korporat) di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk, sehingga secara nominal transaksi akan besar, namun FBI yang diperoleh tidak sebesar yang diperoleh oleh layanan digital lainnya. Menariknya penelitian ini didukung oleh (Malik et al., 2020) bahwa jumlah pengguna *internet banking* tidak berpengaruh kepada profitabilitas bank di negara-negara ASEAN. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Suardana & Kustina, 2017) (Syahputra & Suparno, 2022), bahwa semakin tinggi FBI dan semakin intensif transaksi *e-banking* maka semakin tinggi pula perubahan laba yang diperoleh bank.

Hipotesis 4: Pengaruh *E-Wallet* terhadap *Return on Asset*

Hasil uji model SEM pada Tabel 5, diperoleh bahwa layanan digital *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dengan p-value yaitu $0.000 < 0.05$, maka hipotesis H_1 diterima. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa semakin meningkatkan layanan digital *e-wallet* akan meningkatkan ROA dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Dengan demikian dapat diartikan yaitu semakin tinggi jumlah transaksi dan nominal transaksi *e-wallet* yang dilakukan oleh nasabah dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk akan semakin tinggi pula ROA yang akan diperoleh perusahaan dari transaksi

tersebut. Dengan demikian perusahaan harus terus berusaha meningkatkan agar nasabah terus meningkatkan jumlah dan nominal transaksi. Menurut (Lee et al., 2022) perusahaan harus memperhatikan desain aplikasi yang menarik, disebabkan hal tersebut berguna untuk menarik pengguna baru dan, pada saat yang sama juga mempertahankan pengguna yang sudah ada.

Hipotesis 5: Pengaruh *Mobile Banking* terhadap *Return on Asset*

Hasil uji SEM PLS pada tabel 5 menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* terhadap ROA berpengaruh secara negatif dengan p-value sebesar $0.011 < 0.05$, sehingga H_5 ditolak. Maka dapat diartikan dengan semakin meningkatnya jumlah user dan nominal transaksi layanan *mobile banking*, maka ROA dari perusahaan akan berpengaruh negatif. Hal ini sesuai dengan penelitian (Sudaryanti et al., 2018) penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh negatif terhadap ROA di sektor perbankan. Hal ini berdasarkan investasi yang besar pada layanan digital perbankan bersifat jangka panjang pada aset teknologi (Kriebel & Debener, 2019), sehingga menyebabkan return yang diperoleh bank tidak langsung diterima oleh Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk pada tahun berjalan. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Alfatihah & Sundari, 2021) pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *return bank*. Begitu juga dengan hasil penelitian (Imamah et al., 2021) juga menunjukkan bahwa *mobile banking* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROA pada 27 bank yang terdaftar BEI untuk periode 2017 – 2018.

Hipotesis 6: Pengaruh *Internet Banking* terhadap *Return on Asset*

Tabel 5 hasil uji model SEM, bahwa *internet banking* bernilai positif dan tidak berpengaruh terhadap ROA di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk yaitu p-value $0.128 > 0.05$, maka H_6 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa adanya peningkatan jumlah user dan jumlah transaksi atas layanan *internet banking* tidak mempengaruhi ROA dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pengguna dari layanan *internet banking* di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk mayoritas adalah nasabah korporasi (perusahaan), sehingga jumlah user dan jumlah transaksi tidak banyak jika dibandingkan dengan layanan digital yang lain.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Akhisar et al., 2015) mengenai elektronik banking berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas bank-bank di negara berkembang. Kemudian (Khairina, 2022) menyatakan volume transaksi digital dikaitkan dengan peningkatan pengembalian aset (ROA) bank selama pandemic Covid-19. Penerapan *e-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan Indonesia (Kustina & Sugiarto, 2020). Penelitian (Akhisar et al., 2015) juga menekankan bahwa setiap bank berbeda, dimana ATM lebih sering digunakan oleh pelanggan daripada perangkat *e-banking* lainnya dikarenakan masa manfaatnya yang panjang. Di negara berkembang kebiasaan nasabah (kultur budaya) dan kurangnya infrastruktur bisa jadi belum dimanfaatkan dengan baik oleh produk digital bank.

Hipotesis 7: Pengaruh *Fee-based Income* terhadap *Return on Asset*

Hasil olahan SEM Pls pada Tabel 5, diperoleh bahwa layanan digital *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap FBI dengan p-value yaitu $0.010 < 0.05$, maka hipotesis H_7 diterima. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi *fee-based income*, maka semakin tinggi ROA dari Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Muslich et al., 2020) (Khotijah & Sugiono, 2021) (Suardana & Kustina, 2017), namun tidak sejalan dengan (Purwanti, 2021) dan (Kholifah, 2020).

Pengaruh Total dan Pengaruh Tidak Langsung

Hasil uji SEM pada Tabel 6 menunjukkan bahwa pengaruh total dari variabel *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), *e-wallet* (X_3). Pengaruh total menunjukkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Untuk pengujian tidak langsung pertama, yaitu variabel *mobile banking* terhadap ROA dengan *fee-based income* sebagai variabel mediasi. Kedua, variabel *internet banking* terhadap ROA dengan *fee-based income* dengan variabel mediasi. Kemudian ketiga, *e-wallet* terhadap ROA dengan *fee-based income* sebagai variabel mediasi.

Tabel 6. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

Variabel Penelitian	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P-Values
<i>E-wallet -> Fee-based Income -> Return on Asset</i>	0.129	1.419	0.157
<i>Internet Banking -> Fee-based Income -> Return on Asset</i>	-0.162	0.920	0.358
<i>Mobile Banking -> Fee-based Income -> Return on Asset</i>	0.190	1.086	0.278

Sumber: Hasil olah data SEM PLS (2022)

Pengujian Smart PLS pengaruh tidak langsung (*specified indirect effect*) yang pertama, di Tabel 6 bahwa p-value sebesar $0.157 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa variabel *mobile banking* terhadap ROA dengan *fee-based income* sebagai variabel mediasi menunjukkan hasil bernilai positif dan tidak berpengaruh. Untuk pengujian hipotesis kedua dengan p-value sebesar $0.358 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengujian variabel *internet banking* terhadap ROA dengan *fee-based income* dengan variabel mediasi bernilai positif dan tidak berpengaruh. Kemudian ketiga, *e-wallet* terhadap ROA dengan *fee-based income* sebagai variabel mediasi hasilnya juga bernilai positif dan tidak berpengaruh dengan p-value sebesar $0.278 > 0.05$. Dengan demikian pengujian pengaruh tidak langsung semuanya tidak berpengaruh, karena *cut off value* yang memberikan batasan hipotesis diterima harus T statistik $> 1,96$ dan P Value $< 0,05$.

Implikasi Manajerial

Investasi layanan *digital service* yaitu *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk bisa dikatakan suatu investasi jangka panjang, dimana dampak secara langsung pendapatan yang diterima perusahaan belum besar. Hingga saat ini, produk layanan perbankan

digital di Bank swasta yang *terdaftar* di BEI Tbk yang memiliki pengaruh selama 3 tahun dikembangkan yaitu layanan digital *e-wallet*. Oleh sebab itu perusahaan harus tetap mempertahankan dan juga meningkatkan performa dari layanan digital ini. Sedangkan untuk *internet banking* dan *mobile banking* perusahaan Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk harus dapat meningkatkan performa dan mengembangkan fitur-fitur teknologi dari layanan tersebut. Faktor-faktor keamanan, kenyamanan dan kemudahan dalam pengoperasian bagi nasabah harus menjadi fokus dalam pengembangan layanan digital tersebut.

Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk juga sebaiknya aktif dalam mempromosikan layanan tersebut baik kepada nasabah baru maupun kepada nasabah yang lama. Hal itu perlu dilakukan sebagai layanan kepada nasabah dan mencegah nasabah berpindah kepada bank pesaing. Selain itu tantangan juga berasal bank-bank digital sudah berkembang pesat di lingkungan Perbankan di Indonesia. Saat ini, sebagian besar bank komersial telah mengadopsi teknologi digital ke tingkat yang lebih tinggi untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan yang mereka tawarkan. Selain itu, Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk diyakini harus aktif menarik nasabah baru untuk menawarkan layanan ini melalui layanan digital banking guna meningkatkan profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil uji model dengan SEM Pls menunjukkan bahwa *e-wallet* dan *fee-based income* memiliki pengaruh terhadap ROA pada bank swasta yang terdaftar di BEI. Sedangkan, *mobile banking* tidak mempengaruhi *fee-based income*, namun secara langsung berpengaruh negatif terhadap ROA. Selanjutnya, hasil uji model SEM Pls pada variabel *internet banking* tidak berpengaruh *fee-based income* maupun ROA pada bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk.

Saran

Hasil sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa hampir semua layanan perbankan dianggap berdampak pada profitabilitas. Tetapi pada penelitian ini *mobile banking*, *internet banking* dan *e-wallet* menunjukkan hasil yang berbeda pada Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Layanan digital yaitu *mobile banking* dan *internet banking* masih perlu lebih ditingkatkan dari sisi performanya. Untuk itu maka infrastruktur layanan digital dan karakteristik sosial budaya dari perilaku (keamanan, kemudahan dan kenyamanan) *nasabah* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan digital perbankan di Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk.

Investasi layanan digital merupakan investasi jangka menengah panjang, sehingga suatu bank tidak bisa langsung memperoleh hasil dan dampak kepada kinerja keuangannya. Disamping itu, Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk harus senantiasa mempertimbangkan biaya infrastruktur dan biaya

iklan promosi yang tinggi dalam mempromosikan layanan bank digital karena dapat mengurangi pendapatan Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk. Untuk itu maka diperlukan *cost and benefit analysis*, apakah setiap nilai investasi dan biaya yang dikeluarkan dapat memberikan manfaat yang lebih kepada profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya yaitu:

1. Hanya fokus pada layanan digital *e-wallet*, *mobile banking* dan *internet banking*, padahal saat ini layanan digital sudah jauh berkembang selain variabel yang diteliti. Selain itu indikator - indikator digunakan hanya meliputi jumlah user, jumlah transaksi dan nominal transaksi dari penggunaan layanan digital perbankan. Dari keseluruhan dapat dilihat *R-square* yang hanya sebesar 22.3 persen menjelaskan variabel FBI, sehingga ada 77.7 persen variabel eksogen lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel dan indikator yang berbeda dalam layanan digital perbankan misalnya *phone banking*, ATM (ATM), SMS banking, electronic data capture (EDC), *point of sale* (POS), *cash deposit machine* (CDM) dan lain-lain.
2. Obyek pada penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan Bank swasta yang terdaftar di BEI Tbk, sehingga kesimpulan dan hasil penelitian ini tidak dapat mengeneralisir dengan bank lain yang memiliki layanan digital. Maka peneliti selanjutnya dapat menambah sampel penelitian sehingga penelitian lebih luas.
3. Adanya keterbatasan periode waktu yang diteliti. Jangka waktu penelitian ini hanya selama 3 tahun yaitu tahun 2019–2021, sehingga perlu menambah periode penelitian untuk dijadikan sampel pada penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhisar, I., Tunay, K. B., & Tunay, N. (2015). The Effects of Innovations on Bank Performance: The Case of Electronic Banking Services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 369–375. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.336>
- Alfatihah, P., & Sundari, B. (2021). Pengaruh Transaksi Perbankan Elektronik (Electronic Banking) Terhadap Kinerja Keuangan Entitas Publik Perbankan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1), 30–40. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i1.3383>
- Arif, M., & Masdupi, E. (2020). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 598. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10435>
- Arini, F. D. (2016). *Analisis Pengaruh Elektronik Banking Terhadap Profitabilitas Bank Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020*. 4(1), 1–23.
- Arthur J. Keown, John D Martin, J. William Petty, D. F. S. J. (2017). *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan* (Indriani (ed.); Edisi Kese). Indeks.
- Baskerville, R., Capriglione, F., & Nunzio Casalino. (2020). Impacts, challenges and trends of digital transformation in the banking sector. *Law and Economics Yearly Review*, 9. <file:///C:/Users/Simamora/Downloads/SSRN-id3835433.pdf>
- Cabanillas, F. L., Luna, I. R. D. L., & Francisco Javier Montoro Rios. (2017). Intention to use new mobile payment systems : A comparative analysis of SMS and NFC payments Intention to use new mobile payment systems : a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 30(01), 724–742. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
- Damayanti, S. L., Yani, Y., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.3988>
- Ghozali, I. dan L. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. S., & Nurjanah, S. (2017). Based Income Di Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jakarta Plaza. *Akuntansi Dan Manajemen*, 14(01), 186–202.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G, V. K. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research*. February. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Haque, A., Ulfy, M. A., & Hossain, A. (2020). *Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults Department of Business Administration*. February.

<https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>

- Hendayana, Y., & Riyanti, N. (2020). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Kinerja*, 2(01), 36–48. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.795>
- Hossain, M. I. (2021). Effects of E-banking adoption on the financial performance of state-owned commercial banks in Bangladesh. *Information Resources Management Journal*, 34(4), 93–112. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.20211001.oa1>
- Imamah, N., Safira, D. A., Brawijaya, U., & Timur, J. (2021). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 95–103.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Cetakan 17). Rajawali Pers.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (11th ed.). Rajawali Pers.
- Khairina, N. (2022). Bank's Digitalization and Financial Performance during Pandemic in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.31098/ijebe.v2i1.722>
- Kholifah, N. (2020). *Pengaruh Spread Bagi Hasil, Fee Based Income, Npf, Fdr,Dpk Dan Bopo Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2015-2019*. [http://repository.uinsaizu.ac.id/8882/1/Noor Kholifah_Pengaruh Spread Bagi Hasil%2C Fee Based Income%2C NPF%2C FDR%2C DPK dan BOPO Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2015-2019.pdf](http://repository.uinsaizu.ac.id/8882/1/Noor%20Kholifah_Pengaruh%20Spread%20Bagi%20Hasil%20Fee%20Based%20Income%20NPF%20FDR%20DPK%20dan%20BOPO%20Terhadap%20Profitabilitas%20Pada%20Bank%20Syariah%20Mandiri%20Periode%202015-2019.pdf)
- Khotijah, S., & Sugiono, A. (2021). Pengaruh Fee Based Income Dan Interest Income Terhadap Pendapatan Perusahaan (Studi Empiris Bank Bumn Indonesia Periode 2010-2019). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(01), 23–34. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.01.23-34>
- Koroleva, E. V., & Kudryavtseva, T. (2020). Factors Influencing Digital Bank Performance. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1114 AISC(December), 325–333. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37737-3_29
- Kriebel, J., & Debener, J. (2019). The Effect of Digital Transformation on Bank Performance. *Available at SSRN 3461594*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3461594
- Kurniawan, A., Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Indonesia, U. P. (2021). *Pengaruh Transformasi Digital*. 10(2).
- Kustina, K. T., & Sugiarto, Y. W. (2020). Pengaruh penerapan branchless banking dan e-banking terhadap kinerja keuangan sektor perbankan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 116–128. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi>
- Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2022). The Impacts of Mobile Wallet App Characteristics on Online Impulse Buying: A Moderated Mediation Model. *Human Behavior and Emerging*

Technologies, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/2767735>

- Lim, R., & Lady. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 941–947. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.677>
- Malik, N., Oktavia, A., Suliswanto, M. S. W., & Anindynta, F. A. (2020). Financial banking performance of ASEAN-5 countries in the digital era. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 24(1), 117–130. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i1.2641>
- Masita, A. (2014). Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi fee based income (studi kasus pada bank pemerintah dan bank asing di indonesia tahun 2008- 2012). *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*. <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/970/886>
- Muslich, M. A., Sri Nuringwahyu, & Ratna Niken Hardati. (2020). Pengaruh Fee Based Income Dan Biaya Operasional Pendapatan Operasional (Bopo) Terhadap Profitabilitas (Roa) (Studi Pada Bank Umum Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jiagabi*, 9(2), 277–283.
- OJK. (2020). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan. *Ojk*, 13(April), 1–54.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Ojk RI*, 1, 1–55. [http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK Perizinan Final F.pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK%20Perizinan%20Final%20F.pdf)
- POJK Nomor 12/POJK.03/2021, POJK No 12/POJK.03/2021 (2021).
- Purwanti, N. A. (2021). *Pengaruh Fe Based Income , Loan To Deposit Ratio Dan Capital Adequacy Ratio Terhadap Profitabilitas Pada PT . Bank Central Asia TBK (BCA) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2019*. <http://eprints.umpo.ac.id/6636/2/2>. BAB 1.pdf
- Rahayu, S. R., & Lestari, M. (2021). *Pengaruh Mobile Banking , BOPO , DPK , DAN Transaksi Valas Terhadap Fee Based Income*. 123–135.
- Rivai, A. (2021). The Effect Of Digital Banking Technology On Bank Efficiency And Employee Demand In Indonesian Banking Industry. *Nveo-Natural Volatiles & Essential Oils ...*, 8(6), 1029–1048. <http://www.nveo.org/index.php/journal/article/view/3727>
- Suardana, P. A. K. P., & Kustina, K. T. (2017). Pengaruh Fee Based Income Dan Transaksi E-Banking Terhadap Perubahan Laba Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Bali. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 331–343.
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(November), 96–107. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.

- Surachim, A., Hidayat, Y. M., & Zain, N. H. (2021). *Pengaruh Mobile banking Terhadap Fee Based Income*. 21(2), 55–62.
- Syahputra, R., & Suparno, S. (2022). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020)*. 7(3), 379–388.
- Wadesango, N. (2020). The impact of digital banking services on performance of commercial banks. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 23(23), 343–353.
- Widyastuti, K., Wuri, P. H., & Lik Wilarso. (2017). *Tantangan Dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik Di Indonesia: Studi Kasus PT XYZ*. 13, 38–48.
- Winarko, H. B. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Segmen Dewasa Muda Dalam Penggunaan Layanan Daring Perbankan: Manfaat Dan Risikonya. *Journal of Management and Business Review*, 12(1), 77–89. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v12i1.49>
- Yegon, J. C., & Githaiga, P. N. (2019). Income Diversification and Financial Performance. Should Banks Trade. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 5(4), 1–14. <https://doi.org/10.32602/jafas.2019.34>

The Effect of Fraud Diamond on Financial Statements of Insurance Companies in Indonesia

Novy Silvia Dewi*

Accounting Research Institute, Universiti Teknologi MARA, Malaysia
Menara Saas 40450, Shah Alam, Selangor, Malaysia
novy.silviadewi.nsd@gmail.com

Benediktus Tandya Pinasthika

Department of Business Accounting, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta, Indonesia
bpinasthika@gmail.com

(* Corresponding Author

Received: 13-06-2022 | Accepted: 05-05-2023 | Published: 25-07-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Skandal korupsi Jiwasurya dan kasus terkait mengungkapkan tekanan keuangan yang signifikan, peluang penipuan, rasionalisasi tindakan, dan kemampuan untuk memanipulasi laporan keuangan, menekankan pentingnya penelitian dan kesadaran dalam mengatasi penipuan laporan keuangan di industri asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak fraud diamond yang terdiri dari tekanan, peluang, kapabilitas, dan rasionalisasi terhadap kecurangan laporan keuangan perusahaan. Kajian ini menjadi krusial mengingat mendesaknya isu insiden fraud di beberapa perusahaan asuransi milik negara dalam beberapa tahun terakhir. Sebuah perusahaan asuransi dijadikan sampel dalam penelitian ini, menggunakan STATA dengan 55 observasi laporan keuangan dari tahun 2016-2020, dengan durasi penelitian selama 5 tahun. Temuan penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa fraud diamond yang terdiri dari tekanan, peluang, kapabilitas, dan rasionalisasi berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Ini bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya dan menandai penolakan pertama terhadap hipotesis yang ditetapkan melalui pemodelan regresi dalam bidang studi ini. Kecurangan laporan keuangan dapat bervariasi antar sektor berdasarkan hasil penelitian ini. Studi ini memberikan kontribusi untuk memahami kecurangan pelaporan keuangan di industri asuransi, menekankan pentingnya tekanan dan kesempatan sebagai faktor kunci.

Kata Kunci:

Segi Empat Kecurangan, Kecurangan Laporan Keuangan, Perusahaan Asuransi

ABSTRACT

The Jiwasurya corruption scandal and related cases revealed significant financial distress, opportunities for fraud, rationalization of actions, and the ability to manipulate financial statements, emphasizing the importance of research and awareness in addressing fraudulent financial statements in the insurance industry. This study aims to analyze the impact of the fraud diamond, composed of pressure, opportunity, capability, and rationalization, on corporate financial statement fraud. This study is crucial due to the pressing issue of fraud incidents at several state-owned insurance firms in recent years. An insurance company serves as the sample for this research, using STATA to utilize 55 financial statement observations from 2016-2020, with a research duration of 5 years. The study's findings were not able to establish that the fraud diamond, composed of pressure, opportunity, capability, and rationalization, affects financial statement fraud. This contradicts the results of previous examinations and marks the first instance of rejection of a hypothesis established through regression modeling in this field of study. The occurrence of financial statement fraud may vary among sectors based on the results of this study. This study contributes to understanding fraudulent financial reporting in the insurance industry, emphasizing the importance of pressure and opportunity as key factors.

Keywords:

Fraud Diamond, Fraudulent Financial Statements, Insurance Company

INTRODUCTION

Recently, Indonesia was shocked by the corruption scandal in the insurance company that belongs to the state, PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Six defendants caused state losses of Rp. 16.8 trillion (Guritno, 2021; Susanto, 2021). The individuals facing charges are Hendrisman Rahim, former director of Asuransi Jiwasraya (AJS), Hary Prasetyo, former finance director of AJS, Syahmirwan, head of investment and finance division of AJS, Joko Hartono Tirto, director of PT Maxima Integra, Heru Hidayat, president commissioner of PT Trada Alam Minera, and Benny Tjokrosaputro, president director of PT Hanson International Tbk. (Prabowo, 2020). It turns out that the case is an accumulation of incidents since 2006, was revealed in 2018, and the defendants were sentenced to life imprisonment in 2020 (CNN Indonesia, 2020, 2021). The irregularities in the case became noticeable when the management of Jiwasraya reported a deficit in reserves worth Rp7.7 trillion to the Public Accounting Firm (KAP) PricewaterhouseCoopers (PwC), but management had only recorded Rp2 trillion. The deficit was supposed to be worth Rp 9 trillion (Sutianto, 2020). The recommendations made by PwC were disregarded by the management, leading to the replacement of some of the directors. This indicates that there was an intentional manipulation of the company's financial statements (Gusti, 2020).

After a deeper investigation, the Center for Financial Transaction Reports and Analysis (PPTAK) discovered the involvement of professional money launderers who moved funds from one account to another in a systematic manner, which was closely linked to the former management of Jiwasraya (Kencana, 2020). The other tactic used is to sell stocks that are difficult to value and have low marketability at inflated prices and then sell them when their value decreases. Adnan Topan Husodo, the coordinator of Indonesia Corruption Watch, stated that although the internal control system and external audits, such as those performed by BPK, had been checking for warning signs, these findings were not acted upon by those in positions of decision-making (Pratama, 2021).

The corruption is not limited to Jiwasraya but has also taken place in another state-owned enterprise, PT Asabri (Persero), involving two of the defendants in the Jiwasraya scandal, Benny Tjokrosaputro and Heru Hidayat, leading to a potential loss to the state of up to Rp 23.7 trillion (Ayyubi & Suwiknyo, 2021; Nufus, 2021). The potential loss to the state in the PT Asabri (Persero) case is larger than that of the Jiwasraya case. Like the Jiwasraya scandal, the suspects in the Asabri case agreed to trade or purchase shares in Asabri's investment portfolio with their own shares at an inflated price, with the intention of making the performance of Asabri's investment portfolio appear favorable (Idris, 2021). After acquiring the shares, the Asabri Board of Directors agreed to engage in a sham transaction that ultimately resulted in a loss for Asabri as the shares were sold for less than their acquisition price. There are still ongoing cases involving private insurance companies, such as PT Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 and PT Asuransi Jiwa Kresna (Firmansyah, 2021; Octaviano, 2021; Sidik, 2020) which have begun to surface.

One of the factors that can be observed in the case of Asuransi Jiwasraya is the presence of significant financial pressure. Jiwasraya faced financial difficulties and was burdened with policy payment obligations that exceeded its income. High financial pressure can encourage individuals within the company to engage in fraudulent activities to overcome financial crises. In this case there are indications of opportunities or gaps in Jiwasraya's operational and financial reporting processes that allow fraud to occur. For example, weaknesses in the internal control system or inadequate oversight. This opportunity provides space for fraud perpetrators to manipulate financial reports for personal gain.

The rationalization aspect in Fraud Diamond theory relates to the ability of fraud perpetrators to justify or understand their actions morally or ethically. In the Jiwasraya case, perpetrators of fraud could have rationalized their actions by arguing that they were doing it for the survival of the company or to avoid bankruptcy. They may also justify that their actions were reasonable or justified given the difficult situation they were in. Capability is an important factor in Fraud Diamond theory, encompassing the skills, knowledge, and abilities possessed by individuals to commit fraudulent acts. In the Jiwasraya case, the perpetrators of fraud were deemed to have sufficient skills and knowledge to manipulate financial reports for personal gain.

The study of fraud is limited, as it only takes place when fraud cases are detected in public or private companies that cause losses for the state and the public. This is similar to an iceberg, where only a small portion of fraud is uncovered, compared to all the fraud that takes place (Tuanakotta, 2010). There are three categories of fraud itself (Tuanakotta, 2010), namely: (1) fraud existing lawsuits (prosecution), irrespective of the decision of the court; (2) fraud found, but no lawsuit has been filed; (3) undiscovered fraud.

On the other hand, research on the "fraud diamond" theory has a sample of companies in the insurance industry as a whole. This makes the focus on the insurance industry a unique aspect of this research, because previous research has never been conducted in the insurance industry and with the Jiwasraya case in 2021 it becomes increasingly important to conduct research in this industry so that similar incidents do not happen again. The sample used is the latest time series data from the last five years (2016-2020), which allows interpretation of changes in data every year. Company data during the 2020 pandemic is suspected of having had an impact on fraudulent financial statements, considering that the pandemic has become a major deviation in the business world which also has an impact on companies. The study of some of these cases seeks to examine several elements of the diamond fraud and their effect on the fraudulent financial statements in insurance companies in Indonesia. The research aims to contribute to the knowledge of all stakeholders, and raise awareness among the public about the risks, including the risk of fraud, that should be understood.

Agency Theory

This theory is based on the relationship between managers who act as agents and investors who function as contract principals. This agreement allows managers to carry out activities that investors may not like, resulting in agency costs (Widyaningrum, 2018). These costs include monitoring costs (investor expenses to ensure managerial control), bonds (managerial collateral to protect investors), and residual losses. Monitoring costs are related to a decrease in the level of welfare after the agency relationship is formed.

Conflicts arising from this agency relationship can lead to information asymmetry, where the information held by managers and investors is different, causing information imbalance. To overcome this, managers and investors need intermediaries to supervise and monitor managerial performance, aligned with the needs of investors (Khairani & Wimelda, 2017).

Fraud Diamond

There are several factors that contribute to why a person may commit fraud. One theory was put forth by Donald R. Cressey and later summarized in the *Forensic Accounting & Investigative Audit* book by Gee (2015). The theory consists of three aspects: pressure, perceived opportunity, and rationalization. Another aspect, known as capability, was later added by ACFE (2020). The concept of the fraud triangle consists of three key components and when combined with capability, it becomes known as the fraud diamond, which takes into account a person's four motivations to commit fraud. The Fraud Diamond Theory was originally introduced by Wolfe and Hermanson in a December 2004 publication in the *CPA Journal*. This theory is considered as an advanced form of the Fraud Triangle Theory. Wolfe and Hermanson (2004) argue that fraud is facilitated by opportunity, while incentives (pressure) and rationalization encourage individuals to engage in fraudulent acts. However, it is individual abilities that allow them to identify open doors of opportunity and repeatedly exploit them by taking advantage of situations.

Capability refers to the possession of certain traits, skills and abilities that enable a person to commit fraudulent acts. This requires fraud perpetrators' recognition of the special opportunities for fraud and their ability to turn those opportunities into realities. Components such as position, intelligence, ego, coercion, deception, and stress are factors that support an individual's ability to engage in deception (Wolfe and Hermanson, 2004).

Many of the leading scams seen today are perpetrated by intelligent, experienced, and creative individuals who have a deep understanding of control and vulnerability. This knowledge is used to manipulate individual concerns for authorized access to systems or assets. In addition, fraudsters display a strong ego and unshakable belief in their ability to avoid detection or quickly solve any problem if caught. This belief or arrogance impacts an individual's cost-benefit analysis when considering

engaging in fraud. The higher the level of trust, the lower the perceived costs associated with committing fraud (Wolfe and Hermanson, 2004).

Fraudulent Financial Statement

To detect fraud, various methods are employed that involve analyzing anomalies, such as outliers, unexpected inliers, too many or too few transactions, unexplained items, strange relationships between items, unusual timing of transactions or events, peculiar accounts or balances, mismatches, duplicate item numbers, unforeseen payment methods, and unreasonable items (Gee, 2015). Fraud itself is divided into three broad categories known as the fraud tree, which consists of corruption, asset misappropriation, and fraudulent financial statement (ACFE, 2020). Still being discussed by ACFE (2020), the fraudulent financial statements are categorized into two major types, overstatements of net worth/income and understatements of the same. These categories are further divided into several fraudulent schemes such as timing discrepancies, false representation of revenues (or underreported revenues), hiding of liabilities and expenses (or overstated liabilities and expenses), incorrect valuation of assets, and inadequate disclosures.

It is noteworthy that asset misappropriation is the most frequent form of fraud and has the least cost, with 86% of cases and a median loss of \$100,000. On the other hand, fraudulent financial statements schemes are the costliest, with 10% of cases and a median loss of \$954,000 (ACFE, 2020).

Previous Research

Analysis of Factors Influencing Fraud Financial Statements with Fraud Diamond Perspective (Empirical Study on LQ-45 Companies Listed on the IDX in 2009-2013) (Prasastie & Gamayuni, 2015): The researchers employed four independent variables in their study, which were financial stability, the effectiveness of supervision, auditor turnover, and ability. Out of the four variables that impact fraudulent financial statements, only financial stability and the effectiveness of supervision were considered.

Analysis of Factors Influencing Fraud Financial Statements with Fraud Diamond Perspective (Empirical Study on LQ-45 Companies Listed on the IDX in 2009-2013) (Hugo, 2019): The researcher discovered that both the Beneish M-Score model and the F-Score model are effective in identifying fraudulent financial statements but have a tendency to underestimate the fraud if the necessary data is incomplete. They cannot detect significant misstatements in disclosures.

The Effect of Fraud Diamond on Fraudulent financial statement (Study on Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2016 to 2017) (Purnama & Suryani, 2019): The researcher employed four independent variables as proxies, which were financial stability, changes in the nature of the industry, auditor turnover, and changes in directors. Out of the four variables, only financial stability had an impact on fraudulent financial statements.

Fraud Diamond Analysis in Detecting Fraud Financial Statements: An Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2013-2015 (Putriasih et al., 2016): The researchers employed eight variables including financial targets, financial stability, external pressure, the nature of the industry, ineffective monitoring, auditor turnover, rationalization, and capability in their study. All of these variables had an impact on fraudulent financial statements.

Analysis of the Effect of Fraud Diamond on Fraudulent financial statement (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the IDX in 2013-2016) (Rahmayuni, 2018): The study determined that financial stability and auditor change had no significant impact on detecting fraudulent financial statements, while factors such as external pressure, financial targets, industry nature, and capabilities had a significant negative effect on detecting fraudulent financial statements.

Fraud Financial Statement Detection: Fraud Diamond Testing (Yesiariani & Rahayu, 2017): The research found that external pressure and rationalization had a significant positive impact on fraudulent financial statements, while financial stability and financial targets had a significant negative impact. The variables of personal financial need, ineffective monitoring in the industry, changes in auditors, and capability had no effect on fraudulent financial statements.

Fraud Detection of Financial Statements Using Fraud Diamond (Annisya et al., 2016): The researcher discovered that financial stability, external pressure, and the opinion of auditors had a positive impact on fraudulent financial statements. On the other hand, variables such as financial targets, the nature of the industry, and changes in directors had no effect on fraudulent financial statements.

Based on the seven literature reviews, it is noted that not all independent variables have an impact on the dependent variable. This is due to differences in sample selection by each researcher. Research that uses the entire population of issuers listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) as a sample has a higher likelihood of the independent variables having a significant effect on the dependent variable, especially if it is conducted in a time-series manner. On the other hand, if the research is limited to one industry, the likelihood of the independent variables affecting the dependent variable may still exist, but it would depend on the type of industry being studied, such as the manufacturing industry that has many issuers. However, no research has been conducted specifically on the insurance industry, despite several companies being caught in a mega corruption scandal. Hence, this research area is of great interest and deserves further exploration.

Hypothesis Development

An individual may experience a combination of internal and external pressure that drives them to commit fraud, such as the feeling of a financial need that cannot be shared with others, known as perceived non-sharable financial need (Lindianasari & Asamarnti, 2015). Companies often receive incentives from external parties, and one of the common incentives is from the management of the company itself. These incentives arise because of the need to secure additional debt or external funding

sources to remain competitive, such as financing research and development projects or capital expenditures. Companies with high debt ratios may feel compelled to manipulate earnings to appease stakeholders. When there is an opportunity to engage in earnings management within a company, there is a tendency for fraudulent financial reporting to occur with a view to demonstrating strong performance to shareholders. Managers can also manipulate financial reports to align them with debt compliance requirements. This implies that higher debt levels indicate a greater likelihood of fraudulent financial reporting. Dechow et al. (2012) and Amara et al. (2013) also support this idea in their respective studies, finding a positive relationship between debt levels and the likelihood of fraudulent financial reporting. Higher debt ratios are associated with an increased likelihood of fraudulent financial reporting. The author aims to examine the impact of the pressure variable on fraudulent financial statements. In previous studies, the pressure variable was evaluated using separate proxies, but this time, the author intends to test the proxies collectively to form a pressure variable. Based on this evidence, the research hypothesis is:

H1: Pressure has a positive effect on fraudulent financial statements

The pressure aspect is not considered to be a direct cause of fraud but rather the opportunity for fraud arises from it. The opportunity occurs due to the perpetrators' knowledge of the weaknesses in the organization's control systems and their ability to secure a position to gather information (Tuanakotta, 2010). The author wants to test whether the opportunity variable has a positive effect on fraudulent financial statements, wherein previous studies, the pressure variable was tested separately for each proxy used, while these proxies need to be tested together to form an opportunity variable.

H2: Opportunity has a positive effect on fraudulent financial statements

The aspect of justification is performed prior to the commission of fraud as a means of motivating the perpetrating individual. This allows the individual to rationalize their illegal actions in order to preserve their self-image (Tuanakotta, 2010). Capabilities refer to personal attributes and competencies that enable individuals to engage in fraudulent activities effectively, as emphasized by Wolfe and Hermanson (2004). In the context of this study, capability refers to the extent to which individual capacity and power influence fraudulent financial reporting within a company. According to Wolfe and Hermanson (2004), capability refers to an individual's position or function in an organization, taking into account their ability, capacity, and extent of power to commit fraud in the corporate environment by creating or taking advantage of opportunities. for fraudulent activities, and this notion is corroborated by the significant and positive effect of capability on fraudulent financial reporting as shown in research conducted by Pardosi (2015).

H3: Capability has a positive effect on fraudulent financial statements

Additionally, Wolfe & Hermanson introduced the aspect of capability to demonstrate that only those who have the capability to commit fraud actually carry it out. According to their perspective, there are five key points that are crucial in this aspect (Wolfe & Hermanson, 2004):

1. An individual's role or duties within the company can offer the capability to generate or take advantage of fraudulent opportunities that others don't have access to.
2. Individuals who are suitable to commit fraud are clever enough to recognize and exploit shortcomings in internal controls and utilize their authorized roles, functions, or access to the fullest extent.
3. These individuals have a high sense of self-esteem and a strong belief that they will not get caught or can easily talk their way out of trouble if they are caught.
4. Successful fraudsters have the ability to coerce others into participating in or concealing the fraud.
5. These individuals have the ability to manage stress effectively.

Wolfe and Hermanson (2004) and Rudewicz (2011) highlight that successful fraudsters must have the ability to lie effectively and consistently. To avoid detection, fraudsters need to confidently deceive auditors, investors and other individuals in their vicinity. This requires not only the skill to concoct convincing lies but also the ability to track these lies, ensuring that the overall narrative remains coherent and consistent.

H4: Rationalization has a positive effect on fraudulent financial statements

RESEARCH METHODS

Data Types and Sources

This study uses a pure research approach with a quantitative and explanatory orientation. The research method focuses on data to test theories, models, and hypotheses (Hakim, n.d.). This study uses a quantitative and explanatory approach with a focus on testing hypotheses through sample data. It employs the principles of inference under the assumption of a specific distribution. The research approach in economics and business uses quantitative methods to analyze real-world economic phenomena, taking into consideration the assumptions made by researchers regarding the data and variables being studied, as well as theories and interpretations (Panorama, 2017). This study also employs explanatory research, which aims to determine the effect of one variable on another at the same level of measurement (Esser & Vliegthart, 2017).

This research relies on secondary data, specifically the annual reports and audited financial statements of companies in the Indonesian insurance sector. To be eligible for the study, the companies must be public and listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), and the data was obtained through the official IDX website, www.idx.com.

Data Collection Method

The data for this study is sourced from the population of Indonesian insurance firms and the sample is selected using purposive sampling, which involves choosing certain characteristics based on the research goals. The criteria established for this study are:

1. An Indonesian insurance company that falls under the category of publicly traded companies and has made its annual financial reports available on both the IDX website and official company website during the 2016-2020 period.
2. The Indonesian insurance company must not have been delisted during the observation period.
3. The Indonesian insurance company must have all necessary data required for the measurement of variables.

The data collection process in this study involves both the literature study method and documentation. The literature study method is used to make comparisons and analyze previous research, ongoing research, and theories related to the study. The documentation method is utilized to observe business events based on secondary data, specifically the annual reports and financial statements of companies.

Operational Definition and Variable Data

The findings from the literature review suggest that the F-score model can anticipate the presence of errors or inaccuracies in financial statements (Dechow et al., 2011). Alternatively, to predict every component of the fraud diamond, the focus is on pressure, specifically utilizing changes in total assets, ROA, and leverage to represent financial stability, financial goals, and external pressure (Ak et al., 2013). According to the findings, the opportunity aspect of fraud can be predicted by changes in the receivables model, which is influenced by the industry sector (Summers & Sweeney, 1998), and by the ratio of independent commissioners in the company, which suggests ineffective monitoring (Agustina & Pratomo, 2019). The capability variable can be forecasted using the dummy variable model for audit opinion, while the rationalization variable can be predicted through the change of directors dummy variable model (Purnama & Suryani, 2019)

Table 1: Operational Definition and Variable Data

Proxy	Indicator	Scale
Financial Stability	$ACHANGE = \frac{(Total\ Asset_t - Total\ Asset_{t-1})}{Total\ Asset_t}$	Ratio
Financial Target	$ROA = \frac{Earnings\ before\ tax}{Total\ Asset}$	Ratio
External Pressure	$Leverage = \frac{Liabilities}{Total\ Asset}$	Ratio
Ineffective Monitoring	$BDOUT = \frac{Total\ Independent\ Commissioners}{Board\ of\ Commissioners}$	Ratio
Nature of Industry	$RECEIVABLE = \frac{Receivables_t}{Sales_t} + \frac{Receivables_{t-1}}{Sales_{t-1}}$	Ratio
Audit Opinion	Dummy variable of audit opinion	Nominal
Change of Directors	Dummy variable of change of directors	Nominal
Fraudulent Financial Statement	$RSST\ Acrual = \frac{\Delta WWC + \Delta NCO + \Delta FIN}{Average\ of\ Total\ Asset}$	Ratio

Multiple Linear Regression Estimation Method

$$F - \text{Score} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{ PRE} + \alpha_2 \text{ OPP} + \alpha_3 \text{ CAP} + \alpha_4 \text{ RAT}$$

Information:

F-Score	: Fraudulent financial statement	OPP	: Opportunity
α_0	: Constant coefficient	CAP	: Capability
α_{1-4}	: Coefficient of the independent variable	RAT	: Rationalization
PRE	: Pressure		

The variables in the research were proxied as follows: the PRE variable was represented by the average of financial stability, financial target, and external pressure; the OPP variable was represented by the average of ineffective monitoring variables and industry nature; the RAT variable was represented by the audit opinion variable; and the CAP variable was represented by the change in the director's variable. The dependent variable of fraudulent financial statements was proxied by the F-Score value. The researcher believed that these variables were adequate to use as a research model for testing based on prior research.

RESULT AND DISCUSSION

This study utilized a sample selection based on predetermined criteria, specifically public insurance companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2016-2020, excluding companies with incomplete data for the selected variables or missing financial statement data and whose annual report is not accessible on either www.idx.com or the company's official website.

Table 2: Research Sample Criteria

No	Information	Number of Companies	Observation Data
1	This study uses a sample of publicly traded insurance companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period of 2016-2020, excluding companies that have missing data in regards to the variables or financial statement information. Also, if their annual reports are not accessible on the www.idx.com website or the official company website, they are not included in the sample.	14	70
2	Public insurance companies that are delisted and do not have complete data	3	15
The total sample of companies used		11	55

Therefore, 11 insurance companies are the samples and objects of the author's research with a total of 55 observational data for annual reports and company financial statements in 2016-2020.

Descriptive Statistics Test Results

In the descriptive statistical analysis, the results show that the PRE variable has a minimum of -1.561608, a maximum of 0.4494953, and an average of 0.1815286. The standard deviation of the PRE variable is 0.2507367, which indicates a wide range of data. On the other hand, the OPP variable

has a minimum of 0.4099956, a maximum of 4.305007, and an average of 0.7975065. The standard deviation of the OPP variable is 0.7122515, which is still lower than its average value.

Table 3: Descriptive Statistics

Variable	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PRE	-1,561608	0,4494953	0,1815286	0,2507367
OPP	0,4099956	4,305007	0,7975065	0,7122515
CAP	0	1	0,9090909	0,2901294
RAT	0	1	0,9090909	0,2901294
F-SCORE	-4,333829	2,896089	-1,134246	1,424168

Additionally, the CAP and RAT variables use binary values, resulting in equal values and a standard deviation lower than the average value of 0.2901294, which is smaller than the average value of 0.9090909. Meanwhile, the F-SCORE variable has a minimum value of -4.333829, a maximum value of 2.896089, and an average value of -1.134246. The large standard deviation of the F-SCORE variable, 1.424168, suggests a broad range of data diversity.

In the test above, the standard deviation indicates the average deviation of the data from its average. If the standard deviation is larger than the average, the data is considered poor, whereas if the standard deviation is smaller than the average, the data is considered diverse and can be used to represent the overall data obtained.

Hypothesis Test Results

Table 4: Linear regression

Number of obs	=	55
F(4, 50)	=	4,31
Prob>F	=	0,0045
R-squared	=	0,2068
Root MSE	=	1,3181

The R Square value of 0.2068 indicates that only 20.68% of the independent variable can be explained by the dependent variable, with the remaining portion being explained by other variables. This suggests that the dependent variable holds a strong position.

Table 5: Hypothesis Test Results

F-SCORE	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	(95% Conf. Interval)	
PRE	-0,725	0,279597	-2,60	0,01	-1,287	-0,164
OPP	0,825	0,292312	2,83	0,00	0,238	1,412
CAP	-0,713	0,438635	-1,63	0,11	-1,594	0,167
RAT	0,402	0,648820	0,62	0,53	-,900	1,705
Constant	-1,378	0,677599	-2,03	0,04	-2,739	-0,017

The hypothesis test results show that two independent variables, PRE and OPP, have a significant impact with a significance value less than 0.05. Meanwhile, the CAP and RAT variables were found to not have a significant effect on the F-SCORE, as determined by comparing the t-table value of 2.009 (at a 95% confidence level and 50 degrees of freedom) with the results.

The negative regression coefficients of PRE, CAP, and RAT indicate a negative relationship between the independent variables and the dependent variable F-SCORE. In other words, if the values of PRE, CAP, and RAT increase, the F-SCORE value decreases and vice versa. This does not necessarily mean that capability and rationalization contribute to fraudulent financial statements, but the relationship between pressure and fraudulent financial statements is clearly inverse.

The positive regression coefficient of OPP implies a direct relationship between the independent variable and the dependent variable F-SCORE. This shows that an increase in OPP value leads to an increase in F-SCORE value and vice versa. This coefficient confirms that pressure and opportunity can indeed drive fraudulent financial statement practices.

The outcomes of this study suggest that the prediction of fraudulent financial statements, as indicated by the F-SCORE calculation proxy, can only be made using the fraud diamond instrument, specifically pressure and opportunity. It was found to be intriguing from the results of the H1 test for the pressure variable, which showed that even though the results were negative, they were still significant. It turns out that this is in line with previous research (Septriani & Handayani, 2018) that changes in assets, ROA, and leverage that become pressures may be accompanied by increased company control. On the other hand, when the pressure is non-existent or decreasing, this becomes an incentive to commit fraud due to a lack of management control. Theoretically, these results are in line with previous research (Purnama & Suryani, 2019; Rahmayuni, 2018), where two factors influence fraud, namely opportunities that come. The urge to manipulate also increases as opportunities increase. The results suggest a lack of a proper internal control system and poor corporate governance may contribute to fraudulent financial statements. However, the evidence for the impact of capability and rationalization is not conclusive, as the proxies used in the study may not fully capture all aspects of the fraud diamond, resulting in insignificant and negative results.

The author acknowledges that it is challenging to accurately predict fraudulent financial statements with a limited number of variables and an insufficient sample size, specifically in the case of the capability and rationalization variables. The author also recognizes that the data from 55 financial and annual reports from 11 companies is still not enough for the testing process, despite being able to process 30 data through STATA software. Additionally, the author believes that the choice of industry may also play a role as there is a lack of similar studies that focus on the insurance sector. Furthermore, the author acknowledges that the selection of proxies for each variable can have an impact on the relationship between the variables.

In conclusion, the findings of the research indicate that pressure and opportunity are the primary factors that drive fraudulent financial statements. Despite not fully meeting the expectations of the author, particularly in terms of the influence of the capability and rationalization variables, this study still makes a valuable contribution to understanding the topic of fraudulent financial statements and

fraud diamonds, with a focus on insurance companies. The practical applications of this research are for professionals in accounting, internal auditing, and financial management to be more mindful of the potential risk factors involved in fraudulent financial statements. This research highlights the importance of carrying out further investigations and assessments within organizations to identify and mitigate fraud risks. This underscores the role of company management in leveraging internal information to proactively deal with potential fraudulent activity.

In conclusion, this study contributes to understanding fraudulent financial reporting in the insurance industry, emphasizing the importance of both pressure and opportunity as key factors. While these studies may not fully support the impact of capabilities and rationalizations, they still provide valuable insights that can guide corporate professionals and management in identifying and addressing fraud risks.

CONCLUSION AND RECOMENDATION

The aim of this study is to demonstrate that pressure, opportunity, capability, and rationalization have an impact on fraudulent financial statements. The author conducted this research in response to a need to investigate the cases of fraud in Indonesian insurance companies over the past three years. The test results confirm that previous research findings are supported, with pressure and opportunity factors playing a role in fraudulent financial statements, while capability and rationalization do not. This is due to the data being uniform, coming exclusively from the insurance industry.

The theoretical significance of this research lies in identifying the most significant factors affecting fraudulent financial statements in Indonesian insurance companies. Furthermore, it contributes to the field of accounting science, particularly in the area of fraudulent financial statements and serves as a reference for future research in the same subject.

This research has practical implications that can benefit both company management and regulators. For company management, it provides a basis for detecting fraudulent financial statements in Indonesian insurance companies by focusing on the key factors. Additionally, it can be used to establish an internal control system to prevent fraudulent financial statements in Indonesian insurance companies.

For regulators, this research provides a foundation for creating policies to regulate Indonesian insurance companies in accordance with accounting standards, OJK regulations, ministerial regulations, and relevant laws. It also serves as a basis for educating, warning, reprimanding, and penalizing Indonesian insurance companies for any fraudulent financial statements.

This study has some limitations, such as: (1) The sample only comes from the insurance industry, meaning that the findings cannot be generalized to companies related to fraudulent financial

statements involving diamond fraud. (2) The sample only includes data from 11 insurance companies in the same sector over a period of 5 years, which may not be sufficient for data analysis and may result in non-normal distribution of outliers for the variables used.

This study recommends additional research to be done: (1) A future researcher can create a regression model to anticipate fraudulent financial statements related to diamond fraud by utilizing moderator and mediator variables (such as firm size, industry risk and audit quality). (2) Another researcher can establish various dummy variables for the capability and rationalization variables to make them proportional to the proxies used for pressure and opportunity variables.

REFERENCES

- ACFE. (2020). Report to the nations on occupational fraud and abuse: 2020 global fraud study.
- Agustina, R. D., & Pratomo, D. (2019). Pengaruh fraud pentagon dalam mendeteksi kecurangan pelaporan keuangan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen Ekonomi & Akuntansi)*, Vol. 3 No.1 , pp. 44–62. Link: <https://doi.org/10.31955/mea.v3i1.99>
- Ak, B. K., Dechow, P. M., Sun, Y., & Wang, A. Y. (2013). The use of financial ratio models to help investors predict and interpret significant corporate events. *Australian Journal of Management*, Vol. 38 No. 3, pp. 553–598. Link: <https://doi.org/10.1177/0312896213510714>
- Annisya, M., Lindrianasari, & Asmaranti, Y. (2016). Pendeteksian Kecurang Laporan Keuangan Menggunakan Fraud Diamond. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 23 No. 1, pp. 72–89. Link: <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/4307>
- Ayyubi, S. Al, & Suwiknyo, E. (2021, February 2). Erick Thohir & Benny Tjokro di Pusaran Korupsi Asabri. *Bisnis.com*. Link: https://kabar24.bisnis.com/read/20210202/16/1350_987/erick-thohir-benny-tjokro-di-pusaran-korupsiasabri
- Bergh, D. D., Connelly, B. L., Ketchen, D. J., & Shannon, L. M. (2014). Signalling Theory and Equilibrium in Strategic Management Research: An Assessment and a Research Agenda. *Journal of Management Studies*, Vol. 51 No. 8, pp. 1334–1360. Link: <https://doi.org/10.1111/joms.12097>
- Bini, L., Giunta, F., & Dainelli, F. (2010). Signalling Theory and Voluntary Disclosure to the Financial Market - Evidence from the Profitability Indicators Published in the Annual Report. *SSRN Electronic Journal*. Link: <https://doi.org/10.2139/ssrn.1930177>
- CNN Indonesia. (2020, January 8). Kasus Jiwasraya, Gagal Bayar Hingga Dugaan Korupsi. *CNN Indonesia*. Link: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200108111414-78-463406/kronologi-kasus-jiwarayagagal-bayar-hingga-dugaan-korupsi>
- CNN Indonesia. (2021, April 7). Kejagung Incar Dua Perusahaan Terdakwa Kasus Jiwasraya. *CNN Indonesia*. Link: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210406221902-12-626766/kejagung-incar-duaperusahaan-terdakwa-kasus-jiwarayaya>
- Dechow, P. M., Ge, W., Larson, C. R., & Sloan, R. G. (2011). Predicting Material Accounting Misstatements. *Contemporary Accounting Research*, Vol. 28 No. 1, pp. 17–82. Link: <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01041.x>
- Elms, H., & Berman, S. (1997). Stakeholder-Agency Theory. *Proceedings of the International Association for Business and Society*, 8, pp. 657–668. Link: <https://doi.org/10.5840/iabsproc1997863>
- Esser, F., & Vliegthart, R. (2017). Comparative Research Methods. *In The International Encyclopedia of Communication Research Methods* pp. 1–22. Wiley. Link:

<https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0035>

- Firmansyah, M. J. (2021, March 18). Kasus Asuransi Jiwa Kresna Naik Penyidikan, Pengacara: Sudah Tiga Kali Mangkir. *Tempo.Co*. Link: <https://metro.tempo.co/read/1443608/kasusasuransi-jiwa-kresna-naik-penyidikan-pengacarasudah-tiga-kali-mangkir>
- Gee, S. (2015). *Fraud and fraud detection*. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Guritno, T. (2021, March 22). ICW Sebut Kerugian Negara Akibat Korupsi di Tahun 2020 Meningkatkan 4 Kali Lipat. *Kompas.com*. Link: <https://nasional.kompas.com/read/2021/03/22/17391501/icw-sebut-kerugian-negara-akibat-korupsidi-tahun-2020-meningkat-4-kali?page=all>
- Gusti, G. P. (2020). Analysis of the cause of loss of PT. Asuransi Jiwasraya (Persero). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 17 No. 4, pp. 199–206.
- Hugo, J. (2019). Efektivitas Model Beneish M-Score Dan Model F-Score Dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1, pp. 165. Link: <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.2296>
- Idris, M. (2021, February 3). Ini Kronologi Korupsi Asabri yang Merugikan Negara Rp 23,7 Triliun. *Kompas.com*. Link: <https://money.kompas.com/read/2021/02/03/030400326/ini-kronologi-korupsi-asabri-yangmerugikan-negara-rp-23-7-triliun?page=all>
- Kencana, M. R. B. (2020, December 12). PPATK Endus Peran Pencuci Uang Profesional di Kasus Jiwasraya. *Liputan6.com*. Link: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4436129/pp-atk-endus-peran-pencuci-uang-profesional-dikasu-jiwasraya>
- Nufus, W. H. (2021, February 25). Divonis Seumur Hidup Bui di Jiwasraya, Bagaimana Nasib Benny Tjokro di Asabri? *Detik.com*. Link: <https://news.detik.com/berita/d-5469348/divonisseumur-hidup-bui-di-jiwasraya-bagaimana-nasibbenny-tjokro-di-asabri>
- Octaviano, A. (2021, March 28). Tersangka kasus AJB Bumiputera Nurhasanah ajukan praperadilan, ini kata ahli hukum. *Kontan*. Link: <https://keuangan.kontan.co.id/news/tersangkakasus-ajb-bumiputera-nurhasanah-ajukanpraperadilan-ini-skata-ahli-hukum>
- Panorama, M. M. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Prabowo, D. (2020, October 27). Vonis Lengkap 6 Terdakwa Jiwasraya yang Diganjar Hukuman Seumur Hidup. *Kompas.com*. Link: <https://nasional.kompas.com/read/2020/10/27/15011141/vonis-lengkap-6-terdakwa-jiwasraya-yangdiganjar-hukuman-seumur-hidup?page=all>
- Prasastie, A., & Gamayuni, R. R. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kecurangan Laporan Keuangan dengan Perspektif Fraud Diamond (Studi Empiris pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2013). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 20(1), 19.
- Pratama, W. P. (2021, March 23). Korupsi Jiwasraya, Asabri, dan Lembaga Publik Lain, ICW: Akibat Pembiaran Fraud. *Bisnis.com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20210323/215/13>

71508/korupsi-jawasraya-asabri-dan-lembagapublik-lain-icw-akibat-pembiaran-fraud

- Purnama, L. R., & Suryani, E. (2019). Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 sd 2017). *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, Vol. 8 No. 1, pp. 14–25. Link: <https://ja.ejournal.unri.ac.id/index.php/JA/article/view/7860>
- Putriasih, K., Nyoman, N., Herawati, T., & Wahyuni, A. (2016). Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2015 (Vol. 6, Issue 3).
- Rahmayuni, S. (2018). Analisis Pengaruh Fraud Diamond terhadap Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016). *Jurnal Akuntansi*, 6(1).
- Septriani, Y., & Handayani, D. (2018). Mendeteksi kecurangan laporan keuangan dengan analisis fraud pentagon. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 11(1), 11–23.
- Sidik, S. (2020, September 6). Bikin Khawatir, Kenapa Marak Kasus Asuransi Jiwa Gagal Bayar? *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200906182400-4-184726/bikin-khawatir-kenapa-marakkasus-asuransi-jiwa-gagal-bayar>
- Summers, S. L., & Sweeney, J. T. (1998). Fraudulently misstated financial statements and insider trading: An empirical analysis. *Accounting Review*, 131–146.
- Susanto, V. Y. (2021, March 22). Sepanjang 2020, kerugian negara akibat korupsi mencapai Rp 56,7 triliun. *Kontan*. <https://nasional.kontan.co.id/news/icw-sepanjang2020-kerugian-negara-akibat-korupsi-mencapai-rp-567-triliun>
- Sutianto, F. D. (2020, January 13). KAP Temukan Kejanggalan di Laporan Keuangan Jiwasraya. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kaptemukan-kejanggalan-di-laporan-keuanganjiwasraya-1sdTC3aJ2os/full>
- Tuanakotta, T. M. (2010). *Mencegah Fraud*. In *Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif* (2nd ed., pp. 270–284). Penerbit Salemba Empat.
- Wolfe, D. T., & Hermanson, D. R. (2004). *The Fraud Diamond: Considering the Four Elements of Fraud*. <https://digitalcommons.kennesaw.edu/facpubs>
- Widyaningrum. (2018). The Effect of Free Cash Flow, Profitability, and Leverage to Earning Management with Good Corporate Governance as a Moderating Variable (Empirical Study on Banking Company Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2012-2016). *Journal of Managemen*, Vol. 4 No. 4, <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/933>
- Yesiariani, M., & Rahayu, I. (2017). Deteksi financial statement fraud: Pengujian dengan fraud diamond. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 21(1), 49–60. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol21.iss1.art5>

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH

Journal of Management and Business Review (JMBR) adalah jurnal akademik yang diterbitkan dua kali setahun (Januari dan Juli) oleh Research Center and Case Clearing House (RC-CCH) Sekolah Tinggi Manajemen PPM. JMBR telah memperoleh ISSN sehingga dapat diakui dalam penilaian angka kredit.

JMBR diterbitkan dengan tujuan untuk menyebarkan informasi hasil riset manajemen dan tinjauan pemikiran bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak lain yang berminat pada riset manajemen dan bisnis. Ruang lingkup bidang dari hasil riset yang dimuat dalam JMBR antara lain manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen operasi, manajemen sumber daya manusia, manajemen strategis. Jurnal ini menerima artikel dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.

Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirimkan ke JMBR belum pernah dipublikasikan dalam jurnal yang lain. Setiap artikel yang diterima akan melalui proses *blind review* oleh satu orang anggota dewan editor JMBR dan satu orang mitra bestari. Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan dalam *review* antara lain: (1) memenuhi persyaratan standar publikasi jurnal, (2) metodologi riset yang dipakai, dan (3) manfaat hasil riset terhadap pengembangan manajemen dan praktek bisnis di Indonesia.

Pedoman Penulisan Naskah

1. Sistematika pembahasan dalam naskah:

a) **Abstrak/sinopsis**

Bagian ini memuat ringkasan riset. Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, yang masing-masing bagiannya memuat tidak lebih dari 200 kata. Abstrak ditulis dengan *Times New Roman* ukuran huruf 10 pt, spasi 1 dan diikuti dengan sedikitnya empat kata kunci (*keywords*) untuk memudahkan penyusunan indeks artikel. Penulisan kata kunci dicetak miring dan berukuran 11 pt.

b) **Pendahuluan**

Bagian ini menjelaskan latar belakang riset, rumusan masalah, pernyataan tujuan dan (jika dipandang perlu) organisasi penulisan naskah. Pada pendahuluan diharapkan memaparkan kerangka teoritis berdasarkan telaah literatur yang menjadi landasan logis untuk mengembangkan hipotesis atau proporsi riset dan model riset.

c) **Metode riset**

Menguraikan metode seleksi dan pengumpulan data, pengukuran dan definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

d) **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Memuat penjelasan analisis data riset dan deskripsi statistik yang diperlukan dan pembahasan temuan

e) **Kesimpulan, implikasi dan keterbatasan**

Memuat simpulan riset, menjelaskan implikasi temuan dan keterbatasan riset, serta jika perlu saran yang dikemukakan peneliti untuk riset yang akan datang.

f) **Daftar pustaka**

Memuat sumber-sumber yang dikutip di dalam penulisan naskah. Daftar Pustaka yang dikutip memiliki kebaruan 10 tahun terakhir. Hanya sumber yang diacu yang dimuat dalam daftar referensi ini. Daftar pustaka ditulis dengan menggunakan format APA Style, dengan menggunakan aplikasi **Mendeley**

2. Naskah dalam bentuk softcopy diketik dengan Word, **satu kolom**, dengan jarak baris dua spasi;
 3. Judul artikel ditulis dengan huruf *Times New Roman* 14 pt dalam huruf kapital disetiap awal kata dan bercetak tebal.
 4. Identitas penulis dilegkapi dengan urutan afiliasi penulis dan alamat email. Untuk identitas penulis ditulis dengan huruf *Times New Roman* ukuran 11 pt, alamat email dicetak miring dengan ukuran huruf 11 pt.
 5. Panjang artikel antara 15 s.d. 20 halaman (dengan jenis huruf *Times New Roman* 11 pt).
-

6. Marjin atas, bawah, kiri dan kanan sekurang-kurangnya 1 inci.
7. Semua halaman harus diberi nomor urut halaman.
8. Tabel dan/atau gambar disajikan **merupakan bagian dari badan tulisan**. Judul Tabel berada di atas tabel, sedangkan judul gambar ada di bawah gambar. Penulisan Judul dalam bentuk kalimat (hanya huruf di awal kalimat yang merupakan huruf kapital)
9. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul sesuai dengan isi tabel atau gambar dan sumber kutipan (jika relevan). Setiap tabel dan gambar dilengkapi dengan sumber. Nomor urut tabel dan judul tabel ditulis dengan menggunakan *Times New Roman* ukuran 11 pt. Tabel ditulis dengan menggunakan *Times New Roman* berukuran 10 pt
10. Artikel diserahkan dalam bentuk *softcopy* (Ms. Word) secara online melalui website jurnal JMBR

Redaksi :

Research Center and Case Clearing House (RC-CCH)

Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340

(021)2300313 ext. 1108 / 2354

jmbr@ppm-manajemen.ac.id

jmbrppm@gmail.com



PPM School of Management

Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340, INDONESIA
Phone (62)-21-2300313 #1108; Fax (62)-21-2302040/51

E-mail: JMBR@ppm-manajemen.ac.id

www.researchcase-ppm.com

<https://jibr.ppm-school.ac.id>