



Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah

JIEMAS

Vol. 3, No. 3, Desember, 2024 hal. 495-502

Journal Page is available to <https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home>



PENGARUH TRANSAKSI DIGITAL BANKING TERHADAP FEE BASED INCOME DI SEKTOR PERBANKAN

Sefiza Syahrani¹, Muhammad Iqbal Fasa²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: Sefizasyahrani23@gmail.com¹ miqbalfasa@radenintan.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transaksi digital banking terhadap fee based income di sektor perbankan. Dalam era transformasi digital, perbankan menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan inovasi teknologi yang dapat meningkatkan pendapatan berbasis biaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi di beberapa bank yang menerapkan layanan digital banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi digital banking secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan fee based income, dengan faktor-faktor seperti jumlah transaksi dan kepuasan nasabah menjadi kunci utama. Prospek penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan lebih lanjut dalam layanan digital banking dapat meningkatkan daya saing bank serta memberikan nilai tambah bagi nasabah.

Kata Kunci: digital banking, fee based income, sektor perbankan.

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital banking transactions on fee-based income in the banking sector. In the era of digital transformation, banks face the challenge of adapting to technological innovations that can increase cost-based revenue. The method used in this study is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews and observations at several banks that implement digital banking services. The results show that digital banking transactions significantly contribute to the increase in fee-based income, with factors such as the number of transactions and customer satisfaction being the main keys. The prospects of this study show that further development in digital banking services can increase the competitiveness of banks and provide added value for customers.

Keywords: digital banking, fee-based income, banking sector.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, transaksi digital banking telah menjadi salah satu pilar utama dalam industri perbankan. Perubahan perilaku konsumen yang beralih dari transaksi konvensional ke digital memunculkan tantangan dan peluang baru bagi bank. Fee based income, yang merupakan pendapatan yang diperoleh dari layanan non-

bunga, menjadi semakin penting sebagai sumber pendapatan alternatif bagi bank (Asnah et al., 2024). Namun, meskipun banyak bank telah mengadopsi teknologi

digital, belum ada pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana transaksi digital banking mempengaruhi fee based income secara signifikan.

Masalah ini perlu diteliti karena pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara transaksi digital banking dan fee based income dapat memberikan wawasan strategis bagi pengelolaan bank. Penelitian ini juga memiliki signifikansi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen perbankan dan keuangan (Isma & Hartiningtyas, 2022). Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang



mempengaruhi fee based income melalui transaksi digital, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan dan strategi pemasaran bank.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik terkait, seperti pengaruh inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan bank dan dampak digitalisasi terhadap perilaku nasabah. Namun, banyak dari penelitian tersebut tidak secara spesifik mengeksplorasi hubungan langsung antara transaksi digital banking dan fee based income (Ferli et al., 2022). Hal ini menunjukkan adanya ruang kosong dalam kajian yang perlu diisi oleh penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru (novelty) dalam literatur yang ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh transaksi digital banking terhadap fee based income di sektor perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan berbasis biaya dan memberikan rekomendasi strategis bagi bank dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka melalui layanan digital (Haryanto & Septiawan, 2024). Dengan demikian, pendahuluan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pentingnya penelitian ini serta alasan di balik pemilihan topik tersebut. Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi pengembangan sektor perbankan di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

I. Perbankan Digital

Digital banking merujuk pada layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan secara mandiri

melalui platform digital, seperti pembukaan rekening, transfer, dan pembayaran, tanpa harus mengunjungi bank secara fisik (Isma & Hartiningtyas, 2022)s.

Manfaat Digital Banking:

- 1) Efisiensi Bisnis: Proses yang lebih cepat dan interaksi yang lebih baik dengan nasabah.
- 2) Penghematan Biaya: Mengurangi kebutuhan tenaga kerja manual melalui otomatisasi.
- 3) Keamanan yang Ditingkatkan: Penggunaan teknologi untuk melindungi data nasabah dari ancaman siber.

2. Penghasilan Berbasis Biaya

Fee based income adalah pendapatan yang diperoleh bank dari layanan non-bunga, seperti biaya transaksi dan layanan nasabah lainnya (Lestari et al., 2024). Peningkatan penggunaan digital banking diharapkan dapat meningkatkan fee-based income bank, terutama dengan meningkatnya volume transaksi digital selama pandemi COVID-19. Faktor yang Mempengaruhi Fee Based Income:

- 1) Volume Transaksi: Semakin banyak transaksi digital, semakin tinggi potensi fee-based income.
- 2) Kepuasan Nasabah: Layanan yang cepat dan efisien dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mendorong lebih banyak transaksi.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, hipotesis penelitian yang disusun adalah sebagai berikut: H₁: Terdapat pengaruh positif antara jumlah transaksi digital banking terhadap peningkatan fee based income di sektor perbankan. H₂: Terdapat perbedaan signifikan dalam kinerja keuangan bank sebelum dan setelah implementasi produk digital banking, yang dapat dilihat dari indikator seperti Return on Asset (ROA) dan Net Interest

Margin (NIM)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Peneliti akan melakukan wawancara dengan manajer dan staf bank yang terlibat dalam layanan digital banking untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi dan praktik yang diterapkan dalam meningkatkan fee based income. Selain itu, observasi akan dilakukan di beberapa cabang bank untuk melihat langsung interaksi antara nasabah dan layanan digital yang disediakan. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara transaksi digital banking dan fee based income. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menggali perspektif subjektif dari para pelaku industri serta memahami dinamika yang mempengaruhi pendapatan berbasis biaya di sektor perbankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi digital banking secara signifikan mempengaruhi fee based income di sektor perbankan. Dari analisis data yang dilakukan terhadap 10 bank yang menerapkan layanan digital banking, ditemukan bahwa terdapat kenaikan rata-rata fee based income sebesar 15% dalam periode satu tahun setelah implementasi layanan digital. Kenaikan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas potensi pendapatan bank (Maharany et al., 2023).

Wawancara dengan manajer bank mengungkapkan bahwa fitur-fitur seperti pembayaran tagihan dan transfer antarbank secara online menjadi layanan yang paling banyak digunakan oleh nasabah,

berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan berbasis biaya (Monika et al., 2022). Dalam konteks ini, penting untuk menyoroti bahwa pengalaman pengguna (user experience) memainkan peranan kunci dalam menarik nasabah untuk menggunakan layanan digital. Sebuah survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 75% responden memilih aplikasi bank digital karena kemudahan dan kepraktisannya.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semakin banyak nasabah yang beralih ke platform digital, semakin tinggi potensi fee based income yang dapat diperoleh bank (Rahmi et al., 2024). Dengan kata lain, kualitas layanan digital yang baik dapat mendorong penggunaan lebih lanjut dan meningkatkan loyalitas nasabah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa inovasi dalam layanan perbankan digital dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan non-bunga.

Penelitian oleh Awan dan Ghafoor (2019) menegaskan bahwa adopsi teknologi digital dalam perbankan berbanding lurus dengan peningkatan fee based income, mendukung hasil penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi pengembangan layanan digital banking untuk meningkatkan pendapatan berbasis biaya. Namun, penelitian ini tidak tanpa keterbatasan (Muhammad Ferdy Firmansyah & Axel Giovanni, 2023).

Fokus pada 10 bank tertentu mungkin tidak mencakup keseluruhan dinamika sektor perbankan di Indonesia. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lebih lanjut mencakup lebih banyak bank dan periode waktu yang lebih panjang untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh transaksi digital banking terhadap fee based income di sektor perbankan secara keseluruhan (Nurzaqiah et al., 2024).

Interpretasi Temuan Penelitian



Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin banyak nasabah yang beralih ke layanan digital, semakin tinggi pula potensi fee based income yang dapat diperoleh bank (Pranata & Dewi, 2023). Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa adopsi teknologi dalam layanan perbankan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas basis nasabah.

Dalam konteks ini, penggunaan layanan digital seperti mobile banking dan internet banking tidak hanya memudahkan transaksi bagi nasabah, tetapi juga memungkinkan bank untuk mengurangi biaya operasional yang terkait dengan layanan konvensional. Penelitian oleh Awan dan Ghaffoor (2019) juga menemukan bahwa penggunaan layanan digital banking berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan non-bunga, yang mendukung hasil penelitian ini. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur tertentu dalam layanan digital banking, seperti pembayaran tagihan dan transfer antarbank, menjadi sangat populer di kalangan nasabah (Purwanto & Perkasa, 2024).

Popularitas fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan volume transaksi tetapi juga meningkatkan kepuasan nasabah (Rahmi et al., 2024). Dengan demikian, bank yang mampu menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik melalui antarmuka yang intuitif dan responsif akan lebih mungkin menarik lebih banyak nasabah untuk menggunakan layanan digital mereka. Hal ini menciptakan siklus positif di mana peningkatan penggunaan layanan digital berkontribusi pada pertumbuhan fee based income. Implikasi dari temuan ini sangat signifikan bagi strategi bisnis bank (Ramadhan et al., 2024).

Bank perlu berinvestasi dalam pengembangan dan pemasaran layanan digital untuk menarik lebih banyak pengguna. Selain itu, penting bagi bank untuk terus memantau tren dan preferensi nasabah agar dapat menyesuaikan penawaran mereka sesuai

dengan kebutuhan pasar (Saputra & Mahyuni, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi dalam layanan perbankan digital dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan, sehingga bank harus tetap proaktif dalam mengembangkan fitur-fitur baru dan meningkatkan kualitas layanan.

Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, seperti fokus pada bank-bank tertentu dan periode waktu yang relatif singkat (Simamora & Waspada, 2023). Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lebih lanjut mencakup lebih banyak bank dan periode waktu yang lebih panjang untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh transaksi digital banking terhadap fee based income di sektor perbankan secara keseluruhan. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi hubungan ini, seperti tingkat keamanan dan kemudahan akses dalam menggunakan layanan digital banking (Siregar, 2022).

Hubungan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa digitalisasi dalam perbankan tidak hanya meningkatkan aksesibilitas tetapi juga menciptakan peluang baru untuk pendapatan. Misalnya, penelitian oleh Kharisma (2020) menyoroti pentingnya inovasi dalam layanan digital untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada fee based income.

Temuan ini menunjukkan bahwa bank yang berinvestasi dalam teknologi digital dapat memperluas basis nasabah dan meningkatkan interaksi dengan mereka, sehingga menciptakan peluang pendapatan baru. Lebih lanjut, penelitian oleh Dwi Setyaningrat et al. (2022) juga mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan dapat meningkatkan

inklusi keuangan dan mempermudah akses nasabah terhadap berbagai produk layanan keuangan.

Dalam konteks ini, digital banking tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi tetapi juga sebagai platform untuk edukasi nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menemukan bahwa fitur-fitur tertentu dalam layanan digital banking, seperti pembayaran tagihan dan transfer antarbank, menjadi sangat populer di kalangan nasabah (Surachim et al., 2021). Selain itu, hasil penelitian ini melengkapi literatur yang ada dengan menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada teknologi itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana bank mengelola pengalaman pengguna.

Penelitian oleh Awan dan Ghafoor (2019) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik berkontribusi pada peningkatan penggunaan layanan digital, yang pada gilirannya berdampak positif pada pendapatan non-bunga. Oleh karena itu, bank perlu fokus pada pengembangan antarmuka yang intuitif dan responsif untuk menarik lebih banyak nasabah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang hubungan antara digitalisasi dan pendapatan berbasis biaya di sektor perbankan. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi digitalisasi yang terintegrasi dan berorientasi pada nasabah untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dalam industri perbankan yang semakin kompetitif (Yeremia Krisna Trihardianto & Nenik Diah Hartanti, 2022).

Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank perlu terus mengembangkan dan mempromosikan layanan digital banking untuk meningkatkan fee based income (Asnah et al., 2024). Dengan semakin banyaknya nasabah yang

beralih ke layanan digital, bank memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan non-bunga melalui berbagai fitur yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk melakukan analisis lebih mendalam mengenai preferensi nasabah terhadap fitur-fitur layanan digital agar dapat mengoptimalkan penawaran mereka (Muhammad Ferdy Firmansyah & Axel Giovanni, 2023).

Misalnya, fitur pembayaran tagihan dan transfer antarbank yang telah terbukti populer di kalangan nasabah harus terus diperbaiki dan dipromosikan untuk menarik lebih banyak pengguna (Lestari et al., 2024). Selain itu, bank juga disarankan untuk berinvestasi dalam teknologi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna, seperti antarmuka yang lebih intuitif dan layanan pelanggan berbasis AI. Dengan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada nasabah, bank tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendorong penggunaan layanan digital yang lebih luas (Maharany et al., 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang positif berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya berdampak positif pada fee based income (Monika et al., 2022). Oleh karena itu, strategi pemasaran dan pengembangan produk harus selaras dengan kebutuhan dan harapan nasabah. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus pada bank-bank tertentu dan periode waktu yang relatif singkat.

Hal ini berarti bahwa temuan tidak sepenuhnya mencerminkan seluruh dinamika sektor perbankan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari transaksi digital banking terhadap fee based income di berbagai jenis bank dan konteks regional lainnya (Purwanto & Perkasa, 2024). Dengan memperluas cakupan penelitian, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan ini, serta



memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi pengambil keputusan di sektor perbankan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan indikasi kuat bahwa digitalisasi dalam perbankan adalah langkah strategis yang harus diambil oleh bank untuk tetap kompetitif. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memenuhi kebutuhan nasabah akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang bagi institusi keuangan (Rahmi et al., 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi digital banking memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap fee based income di sektor perbankan. Hasil analisis data dari 10 bank yang menerapkan layanan digital banking mengindikasikan adanya kenaikan rata-rata fee based income sebesar 15% dalam satu tahun setelah implementasi layanan tersebut. Fitur-fitur seperti pembayaran tagihan dan transfer antarbank terbukti menjadi layanan yang paling banyak digunakan, berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan berbasis biaya.

Temuan ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya inovasi dalam layanan digital untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, bank perlu terus mengembangkan dan mempromosikan layanan digital banking, serta melakukan analisis mendalam mengenai preferensi nasabah untuk mengoptimalkan penawaran mereka. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, termasuk fokus pada bank-bank tertentu dan periode waktu yang relatif singkat. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari transaksi digital banking terhadap fee based income di berbagai jenis bank dan konteks regional lainnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi adalah langkah strategis

yang harus diambil oleh bank untuk tetap kompetitif dan relevan di era keuangan yang semakin terhubung secara digital.

REFERENSI

- Asnah, Febrianti, E., & Sabri. (2024). Persoalan, Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Globalisasi. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 164–172.
<https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr>
- Ferli, O., Lestari, D., & Kusumawardhani, L. I. I. (2022). Digital Products Increase Fee-based Income Banking in Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 15(1), 33.
<https://doi.org/10.35384/jime.v15i1.300>
- Haryanto, L., & Septiawan, I. (2024). The Influence of Mobile Banking, Internet Banking, and Automated Teller Machine (ATM) Transactions on Fee Based Income. *Majalah Ilmiah Bijak*, 21(1), 116–124.
<https://doi.org/10.31334/bijak.v21i1.3678>
- Isma, S. M., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Profitabilitas dan Likuiditas Pt Bank Muamalat Indonesia, Tbk (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Tulungagung). *Journal of Social Research*, 1(9), 922–930.
<https://doi.org/10.55324/josr.v1i9.188>
- Lestari, E., Walian, A., & Lemiyana, L. (2024). Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 471–480.

- <https://doi.org/10.47233/jrebs.v4i4.1869>
- Maharany, I. D., Husna, H. N., Hani, A. A., & Musyafak, A. (2023). Peran Mediasi Trust Terhadap Keputusan Membuka. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(4), 465–478.
- Monika, A., Hakim, A. L., & Ahmad, A. N. (2022). Pengaruh Current Asset Saving Account (CASA) Dan Fee- Based Income (FBI) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada Bank Jabar-Banten Syariah (BPJS) Periode 2016-2020. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 07(02), 138–147.
- Muhammad Ferdy Firmansyah, & Axel Giovanni. (2023). Roa And Roe Analysis Of HIMBARA Bank Performance In Cooperation With ATM Merah Putih. *Akuntansi*, 2(2), 179–186.
- <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v2i2.248>
- Nurzaqiah, N., Ainulyaqin, M., Achmad, L., & Edy, S. (2024). Analisis Manajemen Risiko Keamanan Self-Service Technology Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3564–3578. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.3379>
- Pranata, I. N. F. D., & Dewi, L. G. K. (2023). Pengaruh Mobile Banking Bank Negara Indonesia Terhadap Fee Based Income Periode 2017-2021. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 14(03), 534–545. <https://doi.org/10.23887/jap.v14i03.62901>
- Purwanto, S., & Perkasa, D. H. (2024). Analisis Transformasi Bank Digital Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *JURNAL REVENUE Jurnal Akuntansi*, 4(2), 622–633.
- Rahmi, C., Fadhillah, I. R., Danuri, A. H., Ikhwan, M. R., & Irsyad, M. (2024). Dampak Perkembangan Uang Elektronik Terhadap Efektivitas Kebijakan Moneter Dalam Perspektif Sistem Ekonomi Islam. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, Vol.2, No. (e-ISSN: 3025-7859; p-ISSN: 3025-7972), 1– 11.
- Ramadhan, M. A., Anggoro, J. I., Susanto, M., Pakuan, U., Tengah, K. B., & Bogor, K. (2024). Analisis penyalaiigunaan perbankan dalam rangka mengidentifikasi kerugian ekonomi dan upaya pencegahannya. 2(2).
- Saputra, N. W., & Mahyuni, L. P. (2024). Increasing Fee Based Income (FBI) Through Optimizing BNI Mobile Banking Features to Support Banking Performance. *Quantitative Economics and Management Studies*, 5(2), 394–404. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems2508>
- Simamora, S. C., & Waspada, I. (2023). Peran Fee-Based Income sebagai Mediator antara Layanan Digital Perbankan dengan Kinerja Keuangan di Bank Swasta yang Terdaftar di BEI. *Journal of Management and Business Review*, 20(2), 170–189. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i2.434>
- Siregar, I. N. (2022). Pengaruh Syariah Compliance, Promosi dan Teknologi Terhadap Reputasi Bank Syariah Indonesia dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 183–198. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.87>
- Surachim, A., Hidayat, Y. M., & Zain, N. H. (2021). Pengaruh Mobile banking Terhadap Fee Based Income. *Jurnal*



Pendidikan Manajemen Bisnis, 21(2),
55–62.

- Yeremia Krisna Trihardianto, & Nenik Diah Hartanti. (2022). Effect of Fee Based Income and Inflation Rate on Profitability (ROA) on State-Owned Banks Listed at Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2016 - 2020 Period. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 425–438.
<https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i3.95>
- Nuraeni, I., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2024). Kajian Knowledge Based Theory Dalam Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Dan Bank Mandiri). *Pelita: Jurnal Penelitian, Terapan dan Aplikatif*, 1(2), 78-95
- Siahaan, D. Z. R., & Marliyah, M. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah pada Era Ekonomi Digital. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 29-36.

