

PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP PROFITABILITAS PERBANKAN NASIONAL

Maria Josefa F Esomar^{1*}, Evracia Turukay²

^{1,2} Manajemen, Universitas pattimura, Kota Ambon, Negara Indonesia *

Corresponding author: maria.esomar@lecturer.unpatti.ac.id

Abstrak

Transformasi digital dan inovasi layanan telah menjadi kapabilitas penting dalam menghadapi perubahan model bisnis perbankan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh transformasi digital dan inovasi layanan terhadap profitabilitas perbankan nasional. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data sekunder bank umum nasional dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan transformasi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan profitabilitas, sedangkan inovasi layanan belum memberikan pengaruh langsung. Temuan ini memperluas perspektif Resource-Based View dengan menekankan bahwa kapabilitas digital merupakan sumber daya strategis yang menciptakan nilai ekonomi, serta memperluas teori kapabilitas dinamis dalam mengintegrasikan dan mengadaptasi sumber daya digital. Temuan ini memberikan implikasi bagi manajemen bank untuk memprioritaskan penguatan infrastruktur digital, tata kelola data, dan integrasi layanan guna mencapai kinerja yang berkelanjutan.

Kata Kunci: kapabilitas digital, keunggulan kompetitif, inovasi layanan, profitabilitas perbankan, transformasi digital

Abstract

Digital transformation and service innovation have become critical capabilities for responding to changes in the banking business model. However, previous research has largely examined digital transformation or service innovation separately, while empirical evidence regarding the simultaneous impact of both on profitability based on actual financial performance in the national banking industry remains limited. This study aims to analyze the impact of digital transformation and service innovation on the profitability of the national banking sector. The study employs an explanatory quantitative approach, analyzing secondary data from national commercial banks using multiple linear regression. The results indicate that digital transformation significantly to increased profitability, whereas service innovation has not yet had a direct impact. These findings expand the Resource-Based View perspective by emphasizing that digital capabilities are strategic resources that create economic value and extend the theory of dynamic capabilities in integrating and adapting digital resources. These findings have implications for bank management to prioritize strengthening digital infrastructure, data governance, and service integration to achieve sustainable performance.

Keywords: banking profitability, competitive advantage, digital capability, digital transformation, service innovation

1. PENDAHULUAN

Perkembangan transaksi keuangan digital di Indonesia menunjukkan adanya perubahan fundamental dalam perilaku transaksi masyarakat dan pola layanan industri perbankan. Bank Indonesia., (2026) mencatat bahwa pada April 2026 volume transaksi pembayaran digital menggapai 5, 15 miliar transaksi ataupun berkembang sebesar 42, 86% secara tahunan. Pertumbuhan tersebut terjadi pada berbagai kanal layanan digital, yaitu transaksi melalui aplikasi *mobile* sebesar 15,92%, transaksi *internet banking* sebesar 22,95%, dan transaksi berbasis QRIS sebesar 108,43% secara tahunan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa layanan keuangan digital telah mengalami pergeseran dari sekadar alternatif layanan menjadi

salah satu kanal utama dalam aktivitas perbankan. Fenomena ini tidak cuma terjadi di Indonesia, namun pula jadi bagian dari perubahan struktural industri perbankan global. Yongjie & Shanyue, (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital sudah menjadi salah satu determinan berarti dalam tingkatkan kinerja keuangan bank komersial di Tiongkok selama lebih dari satu dekade pengamatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dan inovasi layanan mencerminkan kapabilitas strategis, yang memungkinkan bank tingkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan, penuhi kebutuhan nasabah dan mempertahankan daya saing dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Meskipun secara agregat industri perbankan nasional menunjukkan kondisi yang relatif sehat dengan pertumbuhan kredit sebesar 9,98% (*year on year*) menjadi Rp8.755 triliun, pertumbuhan Dana Pihak Ketiga sebesar 11,39%, rasio NPL *gross* sebesar 2,17%, ROA sebesar 2,46%, dan CAR sebesar 23,97% pada April 2026 (Otoritas Jasa Keuangan, [OJK], 2026). kondisi tersebut belum sepenuhnya menggambarkan kemampuan setiap bank dalam mengoptimalkan transformasi digital dan inovasi layanan. Perbedaan tingkat kesiapan teknologi, kapasitas investasi, serta strategi inovasi menyebabkan kemampuan setiap bank dalam menghasilkan kinerja keuangan melalui digitalisasi dapat berbeda.

Secara teoritis, transformasi digital tidak hanya dipahami sebagai penerapan teknologi baru, tetapi sebagai proses strategis yang melibatkan perubahan sumber daya, kapabilitas organisasi, dan model bisnis dalam menciptakan nilai. Pendekatan *Resource Based View* menunjukkan bahwa sumber keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi adalah dengan mengelola sumber daya berharga, langka, mahal untuk ditiru dan tidak dapat digantikan (Barney, 1991). Dalam konteks perbankan, teknologi digital, kemampuan analisis data, serta infrastruktur layanan elektronik dapat menjadi sumber daya strategis apabila mampu dikombinasikan dengan kemampuan organisasi. Perspektif tersebut diperkuat oleh teori *dynamic capability* yang menekankan kemampuan organisasi dalam mengidentifikasi perubahan di lingkungannya, menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut dan mengembangkan inovasi secara berkelanjutan (Teece *et al.*, 1997). Selain itu, teori difusi inovasi menjelaskan bahwa keberhasilan penerapan inovasi dipengaruhi oleh proses penerimaan dan pemanfaatan inovasi oleh organisasi maupun pengguna (Rogers, 2003). Ketiga perspektif tersebut memberikan dasar konseptual bahwa transformasi digital dapat menjadi faktor strategis yang meningkatkan kinerja organisasi perbankan. Bukti empiris mendukung hubungan tersebut. Kitsios *et al.*, (2021) menemukan bahwa transformasi digital memiliki kapasitas untuk meningkatkan strategi bank melalui penerimaan yang lebih baik dari layanan elektronik. mampu memperkuat strategi perbankan melalui peningkatan penerimaan layanan elektronik. Verhoef *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital mengubah mekanisme perusahaan dalam menciptakan nilai, membangun hubungan pelanggan, dan menyesuaikan model bisnis. Xie & Wang, (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan daya saing bank komersial di Tiongkok. Temuan tersebut diperkuat oleh Yongjie & Shanyue, (2025) yang menemukan hubungan positif dan signifikan antara transformasi digital dan ROA berdasarkan lebih dari seribu observasi bank komersial. He *et al.*, (2025) juga menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif terhadap kinerja operasional bank melalui peningkatan efisiensi dan perluasan basis layanan. Dalam konteks nasional, OJK (2021) menekankan bahwa transformasi digital perbankan Indonesia perlu diarahkan melalui penguatan aspek data, teknologi, manajemen risiko, kolaborasi, dan tatanan kelembagaan.

Selain transformasi digital, inovasi layanan merupakan faktor penting dalam strategi pengembangan industri perbankan modern. Inovasi layanan menggambarkan kemampuan bank dalam menciptakan, mengembangkan, dan menyediakan layanan baru yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah sekaligus meningkatkan nilai kompetitif organisasi. Kajian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi layanan tidak hanya berdampak terhadap hubungan

bank dengan nasabah, tetapi juga memiliki implikasi terhadap keberlanjutan kinerja organisasi. Nguyen et al., (2024) menunjukkan bahwa inovasi layanan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pada sektor perbankan ritel di Vietnam. Zhao et al., (2019) menjelaskan bahwa perkembangan *financial technology* (fintech) mendorong bank untuk memperkuat inovasi layanan agar mampu mempertahankan keunggulan kompetitif dalam era transformasi teknologi finansial. Selanjutnya, Biswas et al., (2025) menemukan bahwa inovasi layanan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah dan reputasi bank, sedangkan Bhat & Gupta, (2025) membuktikan bahwa inovasi layanan elektronik berpengaruh terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah pada perbankan ritel di India. Dalam perspektif kinerja keuangan, Phuong et al., (2024) menunjukkan bahwa pengembangan aplikasi *mobile banking* dan investasi digital memiliki keterkaitan dengan peningkatan kinerja bank, meskipun efektivitasnya bergantung pada kemampuan bank dalam mengelola inovasi secara berkelanjutan.

Meskipun penelitian mengenai transformasi digital dan inovasi layanan telah berkembang secara signifikan, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam literatur sebelumnya. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menganalisis transformasi digital dan inovasi layanan secara terpisah, sementara penelitian yang menguji pengaruh kedua faktor tersebut secara simultan terhadap kinerja keuangan bank masih relatif terbatas. Kedua, sebagian besar penelitian mengenai inovasi layanan lebih banyak menggunakan indikator berbasis persepsi nasabah, seperti kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas, sebagai ukuran keberhasilan inovasi (Nguyen et al., 2024; Biswas et al., 2025; Bhat & Gupta, 2025). Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan kontribusi inovasi layanan terhadap kinerja finansial bank berdasarkan indikator objektif dari laporan keuangan. Ketiga, meskipun industri perbankan nasional menunjukkan kinerja agregat yang positif, bank masih menghadapi berbagai tantangan seperti kebutuhan investasi teknologi yang besar, risiko keamanan siber, perlindungan data nasabah, kesenjangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta meningkatnya persaingan dari perusahaan fintech. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengintegrasikan perspektif RBV, *dynamic capability*, dan teori difusi inovasi untuk menjelaskan bagaimana transformasi digital dan inovasi layanan berkontribusi terhadap kinerja keuangan bank umum nasional berdasarkan data sekunder aktual.

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisis data sekunder berupa laporan keuangan dan informasi aktivitas digital bank umum nasional. Transformasi digital dan inovasi layanan dianalisis sebagai faktor strategis yang mencerminkan kemampuan bank dalam mengelola sumber daya teknologi, melakukan adaptasi organisasi, dan mengembangkan layanan berbasis inovasi, sedangkan kinerja perbankan diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh transformasi digital dan inovasi layanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kinerja perbankan nasional. Pertanyaan penelitian yang diajukan meliputi: (1) apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja perbankan nasional; (2) apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kinerja perbankan nasional; dan (3) apakah transformasi digital dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja perbankan nasional.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991), *dynamic capability* (Teece et al., 1997), dan teori difusi inovasi (Rogers, 2003) dalam satu model empiris yang menguji transformasi digital dan inovasi layanan secara simultan terhadap ROA menggunakan data keuangan aktual bank umum nasional. Pendekatan tersebut berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih banyak menggunakan data persepsional nasabah atau menguji variabel digitalisasi dan inovasi layanan secara terpisah. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian manajemen keuangan perbankan dengan

menjelaskan hubungan antara kapabilitas digital, inovasi layanan, dan penciptaan nilai ekonomi organisasi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen bank dan regulator dalam merancang strategi transformasi digital, pengembangan layanan inovatif, penguatan manajemen risiko, serta peningkatan daya saing industri perbankan nasional

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori yang bertujuan menguji pengaruh transformasi digital dan inovasi layanan terhadap profitabilitas perbankan nasional. Desain eksplanatori digunakan karena penelitian ini menganalisis hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis statistik. Penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu periode pengamatan berdasarkan laporan tahunan, laporan keberlanjutan, laporan keuangan publikasi, dan publikasi resmi bank. Unit analisis penelitian adalah perusahaan perbankan, dengan setiap bank direpresentasikan sebagai satu unit observasi..

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas transformasi digital (X_1) dan inovasi layanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah profitabilitas perbankan (Y) yang diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA). Hubungan antarvariabel dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan model persamaan sebagai berikut: Berisi bagaimana data dikumpulkan, sumber data dan cara analisis data.

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Populasi penelitian mencakup seluruh bank umum nasional yang terdaftar dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode penelitian, dengan jumlah 105 bank. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria ketersediaan laporan tahunan, laporan keuangan publikasi, laporan keberlanjutan, atau publikasi resmi perusahaan; pengungkapan informasi mengenai transformasi digital dan inovasi layanan; serta tersedianya data profitabilitas berupa ROA. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 80 bank sebagai sampel penelitian atau sekitar 76,2% dari total populasi. Seluruh sampel dianalisis sebagai data *cross-sectional*.

Pengukuran variabel transformasi digital dan inovasi layanan dilakukan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan publikasi resmi bank. Informasi yang diperoleh kemudian dikonversi menjadi indeks pengungkapan menggunakan pendekatan *unweighted disclosure index*. Setiap indikator diberi skor 1 apabila diungkapkan oleh bank dan skor 0 apabila tidak diungkapkan. Nilai indeks dihitung berdasarkan proporsi indikator yang diungkapkan terhadap total indikator penelitian.

Transformasi digital (X_1) diukur melalui indikator pengembangan *mobile banking* dan *internet banking*, pembukaan rekening digital, investasi teknologi informasi, digitalisasi proses bisnis, pemanfaatan analitik data, serta penguatan keamanan siber. Inovasi layanan (X_2) diukur melalui indikator pengembangan produk atau layanan baru, layanan pembayaran digital seperti QRIS, layanan kredit digital, kolaborasi dengan perusahaan *fintech*, personalisasi layanan, dan penyederhanaan proses pelayanan. Sementara itu, profitabilitas perbankan (Y) diukur menggunakan ROA, yaitu rasio laba bersih terhadap total aset.

Validitas instrumen dilakukan melalui pendekatan validitas isi dengan mengacu pada literatur terkait transformasi digital, inovasi layanan, dan kinerja perbankan. Proses pengodean dilakukan oleh dua *coder* secara independen untuk meningkatkan objektivitas pengukuran, sedangkan konsistensi antarpemilai diuji menggunakan *Cohen's Kappa* atau *Krippendorff's Alpha*.

Data penelitian dikumpulkan melalui metode dokumentasi menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, laporan keuangan publikasi, serta publikasi resmi bank umum nasional. Data tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas transformasi digital, inovasi layanan, dan indikator profitabilitas bank.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t). Tingkat signifikansi penelitian ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), dengan keputusan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan apabila nilai $p\text{-value} < 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,271 menunjukkan bahwa transformasi digital (X_1) dan inovasi layanan (X_2) secara bersama-sama mampu menjelaskan 27,1% variasi profitabilitas (ROA), sedangkan sisanya sebesar 72,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, seperti efisiensi operasional, ukuran bank, risiko kredit, kualitas aset, struktur modal, kondisi makroekonomi, dan faktor manajerial lainnya. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,224 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah observasi, kemampuan model menjelaskan ROA adalah 22,4%. Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 0,721 mengindikasikan tingkat kesalahan prediksi model; semakin kecil nilai tersebut, semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap profitabilitas (ROA). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji t (Coefficients)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Konstanta	1,377	0,478	-	2,877	0,006	-	-
Transformasi Digital (X_1)	0,739	0,208	0,590	3,546	0,001	0,572	1,749
Inovasi Layanan (X_2)	0,075	0,189	0,076	0,395	0,694	0,434	2,303

Sumber: data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut: $Y = 1,377 + 0,739X_1 + 0,075X_2 + e$, dengan Y = profitabilitas (ROA), X_1 = transformasi digital, X_2 = inovasi layanan, dan e = error term. Nilai konstanta sebesar 1,377 menunjukkan bahwa apabila transformasi digital dan inovasi layanan berada dalam kondisi konstan, profitabilitas (ROA) bernilai 1,377.

Koefisien transformasi digital sebesar 0,739 menunjukkan arah hubungan positif terhadap ROA, dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$), sehingga transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan transformasi digital yang semakin baik berpotensi meningkatkan profitabilitas bank melalui efisiensi operasional, percepatan layanan, perluasan akses transaksi, peningkatan pengalaman nasabah, dan penguatan daya saing.

Koefisien inovasi layanan sebesar 0,075 juga menunjukkan arah hubungan positif terhadap ROA, tetapi nilai signifikansi sebesar 0,694 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa inovasi layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap profitabilitas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa inovasi layanan belum memberikan pengaruh langsung yang kuat terhadap profitabilitas dalam model penelitian ini; dampaknya kemungkinan berlangsung terlebih dahulu melalui pengalaman nasabah, loyalitas, peningkatan transaksi, dan perluasan basis pengguna sebelum tercermin pada profitabilitas.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh transformasi digital dan inovasi layanan secara simultan terhadap profitabilitas (ROA). Hasil pengujian disajikan pada

Tabel 2. Hasil Uji F (ANOVA).

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	8,908	3	2,969	5,708	0,002
Residual	23,928	46	0,520	-	-
Total	32,836	49	-	-	-

Sumber: data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, nilai F hitung sebesar 5,708 dengan signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa model regresi memiliki pengaruh simultan yang signifikan. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, transformasi digital dan inovasi layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA), yang menegaskan bahwa kedua aspek tersebut relevan digunakan untuk menjelaskan kinerja keuangan perbankan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang terlalu kuat antarvariabel independen. Berdasarkan Tabel 2, variabel inovasi layanan memiliki nilai Tolerance 0,434 dan VIF 2,303, sedangkan variabel transformasi digital memiliki nilai Tolerance 0,572 dan VIF 1,749. Seluruh nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan seluruh nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas dan kedua variabel independen layak digunakan secara bersama-sama dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara residual pada satu observasi dengan observasi lainnya. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,430 tidak menunjukkan indikasi autokorelasi yang kuat, meskipun interpretasi akhir tetap perlu mempertimbangkan nilai batas Durbin-Watson sesuai jumlah observasi dan jumlah variabel independen. Untuk penelitian dengan data runtut waktu atau data panel, pengujian autokorelasi disarankan diperkuat dengan pengujian tambahan yang sesuai dengan karakteristik data.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
H1	Transformasi digital berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA)	0,001	< 0,05	Diterima
H2	Inovasi layanan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA)	0,694	> 0,05	Ditolak
H3	Transformasi digital dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA)	0,002	< 0,05	Diterima

Sumber: data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2026.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa transformasi digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA), sehingga H1 diterima. Inovasi layanan memiliki arah hubungan positif tetapi tidak berpengaruh signifikan secara parsial, sehingga H2 ditolak. Secara simultan, transformasi digital dan inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sehingga H3 diterima.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perbankan nasional, sedangkan inovasi layanan menunjukkan arah hubungan yang positif namun tidak signifikan secara parsial. Secara simultan, kedua variabel tersebut tetap terbukti berkontribusi signifikan terhadap profitabilitas, meskipun sebagian besar variasinya masih dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Pengaruh positif dan signifikan transformasi digital terhadap profitabilitas menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan kapabilitas strategis yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan sebagaimana dikonseptualisasikan dalam Resource-Based View (Barney, 1991). Pada sektor perbankan, kapabilitas tersebut terwujud melalui pengembangan mobile banking, internet banking, pembukaan rekening digital, digitalisasi proses bisnis, serta pemanfaatan data analitik untuk mendukung pengambilan keputusan.

Temuan ini sejalan dengan Verhoef *et al.*, (2021) yang menjelaskan bahwa transformasi digital mengubah cara perusahaan menciptakan nilai dan membangun interaksi dengan pelanggan melalui tiga tahapan digitisasi, digitalisasi, dan transformasi digital itu sendiri. Konsistensi ini juga tampak pada studi Xie & Wang, (2023) terhadap bank komersial di Tiongkok, yang menunjukkan bahwa transformasi digital mendukung peningkatan kinerja melalui perubahan strategi, proses bisnis, dan model layanan. Bukti terbaru dari Yongjie & Shanyue, (2025) pada ribuan observasi bank-tahun komersial Tiongkok turut memperkuat pola ini dengan menemukan hubungan positif antara transformasi digital dan profitabilitas melalui mekanisme efisiensi operasional, dan dikonfirmasi pula oleh He *et al.*, (2025) pada bank-bank komersial pedesaan yang menunjukkan bahwa digitalisasi menekan biaya operasional serta memperluas diversifikasi bisnis, terutama pada bank berskala lebih besar. Pola ini mengindikasikan bahwa nasabah dan pasar keuangan memberikan apresiasi lebih cepat terhadap efisiensi operasional dan perluasan akses transaksi yang dihasilkan oleh kapabilitas digital, ketimbang terhadap inisiatif inovasi layanan yang manfaat finansialnya membutuhkan waktu lebih lama untuk terealisasi.

Tidak signifikannya pengaruh parsial inovasi layanan terhadap profitabilitas sejalan dengan perspektif Service-Dominant Logic, yang menegaskan bahwa nilai suatu layanan tidak semata dihasilkan oleh penyedia jasa, melainkan terbentuk melalui interaksi antara bank dan nasabah (Vargo & Lusch, 2004). Dengan kata lain, inisiatif seperti QRIS, kredit digital, kolaborasi dengan fintech, chatbot, dan personalisasi layanan memerlukan penerimaan pengguna terlebih dahulu sebelum manfaat ekonominya tercermin pada profitabilitas. Pola ini konsisten dengan Nguyen *et al.*, (2024) yang menemukan bahwa inovasi layanan pada bank

ritel di Vietnam lebih dahulu memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah sebelum berdampak pada kinerja organisasi, serta dengan Biswas et al., (2025) dan Bhat & Gupta, (2025) yang pada konteks perbankan ritel India secara konsisten menunjukkan bahwa inovasi layanan terutama berkontribusi terhadap kepuasan, kepercayaan, komitmen relasional, dan loyalitas nasabah, bukan secara langsung terhadap indikator keuangan seperti ROA. Kitsios et al., (2021) turut menekankan bahwa keberhasilan strategi digital dan inovasi layanan elektronik di sektor perbankan sangat bergantung pada tingkat penerimaan (acceptance rate) pengguna, sementara Phuong *et al.*, (2024) pada bank-bank di Vietnam menunjukkan bahwa dampak inovasi aplikasi mobile banking terhadap kinerja bank baru terlihat signifikan pada indikator margin bunga bersih, bukan pada ukuran profitabilitas yang lebih luas, dan sangat bergantung pada kemampuan bank mengelola inovasi tersebut secara berkelanjutan. Pola-pola ini secara kolektif menjelaskan mengapa kontribusi unik inovasi layanan terhadap profitabilitas cenderung lebih kecil ketika diuji bersamaan dengan transformasi digital, karena sebagian varians pengaruhnya telah lebih dahulu terjelaskan oleh kapabilitas digital yang mendasarinya.

Pengaruh simultan yang signifikan antara transformasi digital dan inovasi layanan terhadap profitabilitas menegaskan relevansi pendekatan integratif dalam menjelaskan kinerja perbankan. Teori dynamic capability menjelaskan bahwa keunggulan bersaing tidak semata ditentukan oleh kepemilikan sumber daya digital, melainkan juga oleh kemampuan bank melakukan sensing, seizing, dan transforming—mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang kompetensi internal untuk merespons perubahan lingkungan bisnis (Teece et al., 1997). Dengan demikian, transformasi digital dan inovasi layanan perlu dikelola sebagai satu kesatuan kapabilitas organisasi, bukan inisiatif yang berdiri sendiri. Teori difusi inovasi melengkapi penjelasan ini dengan menegaskan bahwa keberhasilan adopsi inovasi ditentukan oleh persepsi pengguna terhadap manfaat relatif, kesesuaian, dan kemudahan penggunaan (Rogers, 2003), yang menjelaskan mengapa manfaat inovasi layanan membutuhkan waktu lebih lama untuk terealisasi dibandingkan manfaat transformasi digital yang bersifat lebih struktural dan operasional. Proporsi variasi profitabilitas yang belum terjelaskan oleh kedua variabel ini turut mengindikasikan sifat multidimensional determinan kinerja perbankan, yang juga dipengaruhi oleh efisiensi operasional, ukuran bank, risiko kredit, kualitas aset, struktur modal, dan kondisi makroekonomi.

Penelitian ini memperkuat argumen bahwa sumber daya digital berfungsi sebagai kapabilitas strategis, bukan sekadar adopsi teknologi, dalam menjelaskan kinerja perbankan berbasis Resource-Based View dan dynamic capability, sekaligus memperkaya pemahaman bahwa inovasi layanan bekerja melalui jalur tidak langsung yang melibatkan pengalaman dan kepercayaan nasabah sebagaimana dijelaskan oleh service-dominant logic. Penelitian mendatang perlu mengembangkan model yang memasukkan variabel mediasi seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan digital, pengalaman pengguna, dan intensitas penggunaan layanan untuk menangkap mekanisme tidak langsung tersebut secara lebih komprehensif.

Secara praktis, manajemen bank perlu memprioritaskan penguatan infrastruktur digital, keamanan siber, tata kelola data, dan kompetensi sumber daya manusia sebagai bagian dari strategi organisasi untuk mengoptimalkan dampak transformasi digital terhadap profitabilitas. Inovasi layanan perlu diposisikan sebagai instrumen jangka menengah–panjang untuk membangun kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya akan mendorong intensitas penggunaan layanan dan kinerja keuangan secara bertahap. Bagi regulator, temuan ini menjadi dasar untuk mendorong kebijakan perlindungan data, manajemen risiko teknologi, literasi keuangan digital, dan pengawasan kolaborasi antara bank dan fintech, agar manfaat transformasi digital dan inovasi layanan dapat terdistribusi secara merata, termasuk pada bank-bank di wilayah kepulauan dan kawasan timur Indonesia yang masih menghadapi kesenjangan infrastruktur digital.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perbankan nasional yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapabilitas digital berperan dalam mendukung pencapaian kinerja keuangan perbankan. Di sisi lain, inovasi layanan memiliki pengaruh positif namun belum signifikan secara parsial terhadap profitabilitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh inovasi layanan terhadap kinerja keuangan memerlukan waktu untuk tercermin melalui peningkatan penggunaan layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Secara simultan, transformasi digital dan inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perbankan, sehingga keduanya menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan kinerja industri perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen perbankan disarankan untuk terus meningkatkan pengembangan transformasi digital dan inovasi layanan melalui penguatan infrastruktur teknologi, keamanan sistem, serta peningkatan kualitas layanan berbasis kebutuhan nasabah. Regulator diharapkan dapat memperkuat kebijakan yang mendukung perkembangan digitalisasi perbankan, terutama terkait tata kelola teknologi dan keamanan data. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan, seperti efisiensi operasional, risiko kredit, ukuran bank, dan faktor makroekonomi, serta menggunakan cakupan periode dan metode analisis yang lebih luas untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

5. REFERENSI

- Bank Indonesia. (2026). *Tinjauan kebijakan moneter Mei 2026*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/TKM-Mei-2026.aspx>
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bhat, I. H., & Gupta, S. (2025). Impact of e-service innovation on e-service delivery, trust and loyalty: A study of Indian retail banking. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 55(5), 1170–1191. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-10-2022-0340>
- Biswas, A., Kant, R., & Jaiswal, D. (2025). Looking beyond transactions: Decoding the role of service innovation, relationship commitment and fairness in driving customer satisfaction in retail banking. *Benchmarking: An International Journal*, 32(7), 2749–2775. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2022-0435>
- He, S., Jin, Z., Hong, Y., Ma, L., Jiang, Y., & Chen, Y. (2025). The impact of digital transformation on commercial banks' business performance: An empirical study of 39 listed commercial banks. *SAGE Open*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/21582440251378869>
- Kitsios, F., Giatsidis, I., & Kamariotou, M. (2021). Digital transformation and strategy in the banking sector: Evaluating the acceptance rate of e-services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 204. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>
- Nguyen, H. M., Ho, T. K. T., & Ngo, T. T. (2024). The impact of service innovation on customer satisfaction and customer loyalty: A case in Vietnamese retail banks. *Future Business Journal*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00354-0>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Cetak biru transformasi digital perbankan*. <https://ojk.go.id/id/Publikasi/Roadmap-dan-Pedoman/Perbankan/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan.aspx>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). *Siaran pers: Stabilitas sektor jasa keuangan terjaga di tengah meningkatnya tekanan terhadap kinerja perekonomian global*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/RDKB-Mei-2026.aspx>
- Phuong, P. T. T., Tuan, P. N., & Khoa, D. D. (2024). Innovation and bank performance in the digital transformation era: Evidence from Vietnam. *Journal of Finance–Marketing Research*, 15(5), 17–32. <https://doi.org/10.52932/jfm.v15i5.499>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7%3C509::AID-SMJ882%3E3.0.CO;2-Z)
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Xie, X., & Wang, S. (2023). Digital transformation of commercial banks in China: Measurement, progress and impact. *China Economic Quarterly International*, 3(1), 35–45. <https://doi.org/10.1016/j.ceqi.2023.03.002>
- Zhao, Q., Tsai, P.-H., & Wang, J.-L. (2019). Improving financial service innovation strategies for enhancing China’s banking industry competitive advantage during the fintech revolution: A hybrid MCDM model. *Sustainability*, 11(5), 1419. <https://doi.org/10.3390/su11051419>
- Zhu, Y., & Jin, S. (2025). The impact of bank digital transformation on the financial performance of commercial banks. *SAGE Open*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/21582440251365342>