

PROCEEDING

INDONESIA BANKING SCHOOL 3rd NATIONAL CONFERENCE ON BANKING & FINANCE - NCBF 2023 "REVOLUSI KEUANGAN DIGITAL MENUJU MASYARAKAT BERKELANJUTAN"



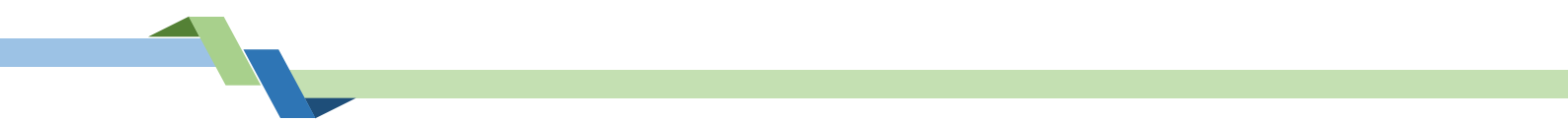
Published by:



ISBN 978-623-98550-2-4 (PDF)



callpaper.ibs.ac.id ibs.ac.id



PROSIDING

National Conference on Banking and Finance

*Digital Financial Services Revolution:
Challenges and Inclusive Opportunities Toward Sustainable
Society*

Host:

STIE Indonesia Banking School

Co-Hosts:

Universiti Teknologi Mara – Malaysia

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka – Indonesia

Tshwane University of Technology – South Africa

Jakarta, 26 Oktober 2023

Penerbit:

IBS Press

PROSIDING NASIONAL

National Conference on Banking and Finance (3rd NCBF)

Jakarta, 26 Oktober 2023

Tema:

Digital Financial Services Revolution: Challenges and Inclusive Opportunities Toward Sustainable Society

Panitia Pelaksana

Ketua : Dr. Nuri Wulandari, S.E., M.Sc.
Wakil Ketua : Anna Sardiana, S.I.P., M.Si.
Sekretaris : Alvien Nur Amalia, S.E., M.Si
Bendahara : Will Andilla Darniaty, S.E., M.Ak.

Editor:

Arif Bahtiar (IBS Press)

Layout:

Dyta Medina, S.I.P. (Indonesia Banking School)

Sampul:

Putera Adrian Massie, S.Pd., M.Si

Penerbit:

IBS Press
Kampus STIE Indonesia Banking School
Jl. Kemang Raya No.35, Jakarta Selatan, 12730
e-mail : press@ibs.ac.id
Website : <https://press.ibs.ac.id/>

©P3M STIE Indonesia Banking School

ISBN: 978-623-98550-2-4

SCIENTIFIC COMMITTEE

IBS National Conference on Banking and Finance (3rd NCBF)

- **Assoc. Prof. Dr. Sudaporn Samwong**
KMITL Business School, Bangkok Thailand
- **Assoc. Prof. Dr. Bogdan Nichifor**
Faculty of Economics, University of Bacau, Rumania
- **Prof. Johan de Jager**
Research and Development Professor, Tshwane University of Technology, South Africa
- **Associate Professor Dr. Amirul Afif Muhamat**
UiTM, Malaysia
- **Dr. Nuri Wulandari, S.E., M.Sc.**
- **Dr. Antyo Pracoyo, M.Si.**
- **Dr. Chico A. E. Hindarto, S.E., M.B.A.**
- **Dr. Whony Rofianto, S.T., M.Si.**
- **Dr. Taufiq Hidayat, S.E. Akt., CA., M.BankFin**
- **Dr. Wiwi Idawati, S.E., M.Si.Ak. CA., ACPA**
- **Dr. R. Bambang Budhijana**
- **Dr. Sulistyowati, S.E., M.Si.**
Indonesia Banking School

PANITIA PENYELENGGARA

IBS National Conference on Banking and Finance (3rd NCBF)

Pelindung

Rizal A. Djaafara, S.E., M.A.

Penasehat

Dr. Kusumaningtuti Sandriharmy Soetiono, S.H., LL.M

Penanggung Jawab

Dr. Erric Wijaya, S.E., M.E.

Gatot Sugiono S., S.E., M.M.

Dr. Whony Rofianto, S.T., M.Si

Pembina

Dr. Ir. Hayu S. Prabawo, M.Hum

Dr. Taufiq Hidayat, SE., Akt., CA., M.BankFin

Pelaksana Kegiatan

Koordinator : Dr. Ir. Hayu S. Prabawo, M.Hum

Ketua : Dr. Nuri Wulandari, S.E., M.Sc.

Wakil Ketua : Anna Sardiana, S.I.P., M.Si.

Sekretaris : Alvien Nur Amalia, S.E., M.Si

Bendahara : Will Andilla Darniaty, S.E., M.Ak.

Seksi Acara : Hendro Adi Pramono, S.E., M.M.
Zulkifli, S.E., M.M.

Design Web : Putera Adrian Massie, S.Pd., M.Si
Agung Wijayanto, S.Kom

Technology : Maulana Abdul Azis, S.Ak.
Algoniyu, Amd.

- Prosiding** : Arif Bahtiar
Dyta Medina, S.I.P.
- Kesekretariatan** : Siska Wulandari, S.A.P
Atika Zahra Humairoh, S.M.
Dinar Permana, S.Kom.
- Sponsorship** : Lovita Fillyand, S.Ikom., M.M.
Reysa Zahra Linggar, S.E.

Sekretariat:

Kampus STIE Indonesia Banking School
Jl. Kemang Raya No.35, Mampang Prapatan, DKI Jakarta, 12730
Telp: (021) 71791838, 71791979, 7195474
email: semnas@ibs.ac.id
<https://callpaper.ibs.ac.id/>



SCAN QR CODE

untuk dapat mengakses:

- File PDF Conference Book
- File Sertifikat Best Presenter
- File Sertifikat Best Paper
- File Sertifikat Peserta Seminar Nasional

KATA PENGANTAR

Konferensi ini diprakarsai oleh Indonesia Banking School sebagai respon terhadap perubahan industri jasa keuangan secara global. Satu dekade yang lalu, lembaga jasa keuangan tradisional seperti bank dan perusahaan pembiayaan mendominasi jasa keuangan. Namun, kekuatan teknologi untuk meningkatkan kecepatan dan transparansi, mengurangi biaya, dan menyediakan akses kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank telah menciptakan revolusi digital di sektor keuangan. Revolusi ini mendorong perubahan mendasar dalam layanan keuangan, termasuk pembayaran, pembiayaan, investasi, dan perencanaan keuangan, yang secara kolektif dikenal sebagai inovasi keuangan digital.



Digitalisasi keuangan yang pesat merupakan sebuah kebutuhan, dan lembaga keuangan tradisional harus meningkatkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan gelombang baru inovasi digital. Dorongan menuju transformasi digital dalam keuangan tradisional tidak hanya dimotivasi oleh efisiensi tetapi juga oleh keinginan untuk mempertahankan pelanggan yang menginginkan proses transaksi keuangan yang lebih nyaman dan efisien. Perkembangan teknologi juga menyebabkan munculnya model bisnis baru di bidang keuangan, dengan meningkatnya jumlah start-up dan perusahaan teknologi yang menyediakan jasa keuangan.

Perusahaan Fintech telah mentransformasikan layanan keuangan menjadi mesin pertumbuhan ekonomi dengan membuka akses keuangan dan menjadi katalis bagi pesatnya pertumbuhan ekonomi digital melalui layanan keuangan yang inovatif dan saling terhubung. Cakupan inovasi yang luas mencakup produk perbankan dan pembiayaan seperti pinjaman dan pembayaran digital, insurtech di industri asuransi, serta robo-advisor dan crowdfunding di industri pasar modal. Meningkatnya ketersediaan platform perbankan terbuka dan meluasnya penggunaan kecerdasan buatan di seluruh ekosistem jasa keuangan telah mendorong perkembangan industri fintech.

Masyarakat Berkelanjutan mengacu pada komunitas berkelanjutan yang menurut Bank Dunia mencakup empat dimensi atau karakteristik. Dimensi pertama yang menandakan masyarakat berkelanjutan adalah masyarakat yang ramah lingkungan. Kedua, Masyarakat yang berkelanjutan

memiliki ketahanan terhadap guncangan sosial, ekonomi, dan alam. Ketiga, Komunitas Berkelanjutan adalah komunitas yang inklusif. Mereka membawa seluruh dimensi masyarakat dan kelompok masyarakat—termasuk kelompok marginal dan rentan—ke dalam pasar, layanan, dan pembangunan mereka. Dan yang terakhir, Komunitas Berkelanjutan adalah komunitas kompetitif yang dapat tetap produktif dan menciptakan lapangan kerja bagi anggota komunitas. Oleh karena itu, tujuan membangun kota dan komunitas yang inklusif, berketahanan, kompetitif dan berkelanjutan sangat penting untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada tahun 2030.

Sejalan dengan Bank Dunia, industri keuangan global harus mengatasi transformasi digital dengan pola pikir masyarakat yang berkelanjutan. Tujuan ini memerlukan kolaborasi yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan, termasuk *triple-helix*: industri, regulator, dan akademisi. Untuk mencapai keseimbangan yang tepat antara memfasilitasi inovasi keuangan digital dan memastikan kerangka perlindungan dan pengawasan konsumen keuangan yang kuat, ekosistem inovasi keuangan digital perlu terus dikembangkan. Inovasi digital tumbuh subur dalam ekosistem yang kuat di mana investasi, akselerator, dan talenta terhubung dengan regulasi dan perlindungan pelanggan. Regulasi inovasi keuangan berbasis teknologi mendapat manfaat dari kolaborasi antara pemangku kepentingan dan mitra industri strategis.

Indonesia Banking School sebagai Perguruan Tinggi berkeinginan untuk berkontribusi bersama regulator dan industri untuk memperkaya pembahasan menuju agenda di atas. Dengan jaringan universitas yang kuat, Indonesia Banking School menginisiasi Konferensi Nasional pada tahun 2023 untuk memberikan pemikiran teoritis dan praktis serta penelitian terbaru tentang masalah ini di tiga bidang besar: Inovasi Digital dan Perbankan; Akuntansi, Tata Kelola Keuangan, dan Keberlanjutan; serta Ekonomi dan Keuangan Islam.

The 3rd Call for Paper & National Conference on Banking and Finance tahun 2023 ini tidak dapat terselenggara dengan lancar tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu saya ucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada para sponsor khususnya kepada Bank Indonesia – Kantor Perwakilan Dalam Negeri Wilayah DKI Jakarta, PT Garuda Indonesia, Bank Sinarmas Syariah, Perum Percetakan Uang Republik Indonesia dan Bank Riau Kepri Syariah. Serta terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi. Akhir kata,

kami berharap konferensi dan call for papers ini menjadi kontribusi Indonesia Banking School terhadap dinamika dunia penelitian akademis dan praktik industri khususnya di sektor industri jasa keuangan. Semoga Allah SWT meridhoi segala upaya kita.

Dr. Kusumaningtuti Sandriharmy Soetiono S.H., LL.M.

Ketua STIE Indonesia Banking School

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Scientific Commitee	iii
Panitia Penyelenggara	iv
Link QR Code Download Dokumen	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Co-host	xi
Sponsor	xii
Poster	xiii
Agenda Acara	xiv
Jadwal Presentasi	xv
Abstraksi Papers yang Dipresentasikan	xvi

CO-HOST



Universiti Teknologi Mara – Malaysia



Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka – Indonesia



**Tshwane University
of Technology**

We empower people

Tshwane University of Technology – South Africa

SPONSORSHIP



MITRA



KMITL BUSINESS SCHOOL (KBS)
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY
LADKRABANG, THAILAND



MEDIA



POSTER

This conference is proudly supported by:

Hosted and Co-hosted by:

Publisher partner

VISIT : CALLPAPER.IBS.AC.ID - EXTENDED DEADLINE ABSTRACT SUBMISSION
CALL FOR PAPER - VIRTUAL CONFERENCE, 26-27 OCTOBER 2023

INDONESIA BANKING SCHOOL 3rd NATIONAL CONFERENCE ON BANKING & FINANCE - NCBF 2023

" REVOLUSI KEUANGAN DIGITAL MENUJU
MASYARAKAT BERKELANJUTAN "

KEYNOTE SPEAKER
Firlie Ganinduto
Wakil Sekretaris Jenderal II AFTECH

TRACK-CHAIR & SCIENTIFIC COMMITTEE

 Prof. Johan de Jager Professor at Tshwane University of Technology	 Associate Professor Dr. Amirul Afif Muhamat Faculty of Business and Management, Universiti Teknologi MARA (UiTM)
 Assoc. Prof. Dr. Bogdan Nichifor Faculty of Economics, University of Bacau, Romania	 Dr. Antyo Pracoyo Indonesia Banking School
 Dr. Chico A Hindarto Indonesia Banking School	 Dr. Whony Rofianto Indonesia Banking School

Other speaker from regulator and other officials are to be confirmed

Indonesia Banking School mengundang akademisi dan praktisi untuk menjawab isu-isu krusial terkait "Revolusi Keuangan Digital Menuju Masyarakat Berkelanjutan" dalam konferensi ilmiah berskala nasional. The 3rd NATIONAL CONFERENCE ON BANKING AND FINANCE - NCBF 2023 akan diselenggarakan secara virtual pada tanggal 26-27 Oktober 2023.

TOPIK
NCBF menerima topik di area umum **Business & Management** termasuk topik di disiplin ilmu Akuntansi, Keuangan, Pemasaran, Organisasi, Kewirausahaan dan Ekonomi.
Track 1: Digital Innovation and Banking
Track 2: Accounting, Financial Governance, and Sustainability
Track 3: Islamic Economics and Finance

REGISTER NOW

SUBMIT ABSTRACT TO :
CALLPAPER.IBS.AC.ID

PARALLEL EVENT
ICBF IBS
**INTERNATIONAL CONFERENCE ON
BANKING & FINANCE**
callpaper.ibs.ac.id & icbf@ibs.ac.id

REGISTRATION FEE
National Conference NCBF : IDR 250.000
Facilities :
Sertifikat dan Prosiding Abstrak ber ISBN

AWARDS
Award for Best Presenters in every track (NCBF)

CONFERENCE PARTNERS
Konferensi ini terbuka untuk kerjasama Cohost dan Sponsor, harap hubungi:
icbf@ibs.ac.id or Lovita (Whatsapp: +6281310604411)
untuk informasi umum lainnya: P3M (Whatsapp: +6281283062237)

JADWAL ACARA DAN PRESENTASI

JADWAL ACARA 3RD IBS NCBF (NATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND FINANCE) 26 Oktober 2023

Waktu WIB	Acara		
09.00 - 09.15	:	Registrasi Kehadiran	
09.15 - 09.25	:	Pembukaan oleh MC	
09.25 - 09.35	:	Kata Sambutan Ketua Panitia NCBF	
09.35 - 09.50	:	Welcoming notes Ketua STIE Indonesia Banking School	
10.00 - 10.20	:	Invited Speaker Firlie Ganinduto (Wakil Sekretaris Jenderal II AFTECH)	
10.20 - 10.25	:	Penyerahan Plakat Virtual	
10.25 - 10.30	:	Moderator, Presenter dan Peserta Masuk Break Out Room masing-masing	
10.30 - 12.30	:	Parallel Session	
Alokasi Waktu	:	Breakout Room 1	Breakout Room 2
			Breakout Room 3
10.30 - 10.35		Opening Track Chair	Opening Track Chair
10.35 - 10.50		R1 - 01	R2 - 01
10.50 - 11.05		R1 - 02	R2 - 02
11.05 - 11.20		R1 - 03	R2 - 03
11.20 - 11.35		R1 - 04	R2 - 04
11.35 - 11.50		R1 - 05	R2 - 05
11.50 - 12.05		R1 - 06	R2 - 06
12.05 - 12.20		R1 - 07	R2 - 07
12.20 - 12.30		Closing Track Chair	Closing Track Chair
12.30 - 12.50		Video Bumper (BI, Teaser, IBS)	
12.50 - 13.00		Penutupan & Pengumuman Best Presenter Per Kategori & Best of Best Presenter oleh Ketua IBS	

DAFTAR ABSTRAKSI PAPERS YANG DIPRESENTASIKAN

The Role of Perceived Ease of Use and Perceived Risk in E-Commerce Paylater Adoption in Indonesia	2
Toto Edrinal Sebayang, Alvin Nicholaus Sheldon, Budy Rezky Hendryanto	2
Minat Siswa Menggunakan Produk Tabungan SIPINTAR PT. Bank Perkreditan Rakyat Pembangunan Kerinci: Tinjauan dari Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan	3
Elex Sarmigi, Suci Mahabbati, Wiyan Mailindra, Alek Wissalam Bustami, Annisa Diyah Ashari, Septi Husnah Fadlillah	3
Investment Feature User Retention Factor Livin by Mandiri	4
Yuli Triani	4
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Continuous to Subscribe pada Layanan Media Over the Top (OTT).....	5
Fajarin Sya'ban, Meta Andriani	5
Navigating the Future of Digital Currencies: A Comparative Study of CBDC Initiatives	6
Janitra Nur Aryani.....	6
Peran Social Media Marketing terhadap Brand Trust dan Brand Equity dan Implikasinya pada Brand Loyalty (Kasus pada Brand Thrift Shop @xstufobett di Instagram)	7
Muhammad Nur Rayhan Pradana Singgih, Santi Rimadiaz, Ossi Ferli, Antyo Pracoyo	7
Kualitas Suatu Produk, Promosi, dan Persepsi Harga Album Musik K-Pop terhadap Keputusan Pembelian Penggemar di Indonesia.....	8
Rizka Amanda, Santi Rimadiaz, Ossi Ferli, Meta Andriani	8
Amount of Deposit Insurance System Scheme Based on "Risk" Scheme.....	10
Catarina Manurung	10
Analisis Penerapan Akuntansi Pembiayaan Murabahah Berdasarkan PSAK 102 (Studi Kasus pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Kabupaten Pemalang)	11
Saras Meilia Puspitasari, Ali Imron, Suripto	11
Pengaruh Pengungkapan CSR, GCG, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	12
Will Andilla Darniaty, Dinnar Alifia Putri, Balqis Aisyah Handayani, M. Hafizh N. Akmal, Chairunisa	12
Strategi Pajak pada Lembaga Keuangan: Dengan Faktor Tata Kelola yang Mempengaruhinya	13
Vidiyanna Rizal Putri, Minerva Ellabita Tamara	13
Pengaruh Green Accounting dan Efisiensi terhadap Kinerja Perusahaan	14
Shelsabila Nur Laily, Nova Novita.....	14

The Influence of SAK EMKM Socialization, Accounting Understanding Level, and the readiness level of MSME Actors on The Implementation of EMKM SAK in Bank Indonesia Assisted MSMEs in Ambon City	15
Salomi Jacomina Hehanussa, Trevor Elizandre Picanussa, Josephus Albert Makatita	15
Strategi Bisnis, Kecocokan Strategi Bisnis dengan Sistem Pengendalian Manajemen, dan Kinerja Keuangan	16
Silvia Novita, Nova Novita	16
Pengaruh Penerapan Sistem Teknologi Informasi, Work from Anywhere dan Work Day Reduction (Bye-5) terhadap Kinerja Karyawan Fintech Syariah (Studi pada PT Alami Fintek Sharia).....	18
Lala Yulita Pratiwi, Anna Sardiana	18
The Trust and Convenience Factor Had A Significant Effect on MSME Decisions in Financing Through Peer-To-Peer Lending in Depok.....	19
Efriyanto	19
Pengaruh Memorable Halal Food Experience terhadap Social Media E-Wom pada Destinasi Wisata Halal di Indonesia (Sebuah Tinjauan Pada Wisatawan Kelompok Tertentu).....	20
Himawan Adi Nugroho , Meta Andriani.....	20
Pengaruh Persepsi Guru MTSN 2 Kota Sungai Penuh Tentang Kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sungai Penuh	21
Zoni Adam Pernando, Rahman Peliza, Dafiar, Rita Agustiar	21
Analisis Business Model Canvas Bank Wakaf Mikro An-Nawawi Tanara	22
Meydian Listiani, Natasya Adithia Putri, Amara Faliyah, Putri Damayanti	22
Dampak Inovasi Hijau dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Emisi CO2 di Indonesia: Pendekatan VECM.....	23
Ryan Juminta Anward, Muhammad Rusmin Nuryadien	23
The Effect of Live Streaming Feature, Trust, and Perceived Price on E-commerce Purchase Decision in Indonesia, Mediated by Purchase Intention	24
Maria Evelyn Octavia Eka Wibowo, Farida Komalasari	24
The Role of Financial Education in Financial Capabilities Towards Financial Management	25
Marchelia Puspita Sari, Liana Mangifera	25
Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Sepatu Lari Ortuseight di Jakarta	26
Satria Sapto Senawidjaya, Erric Wijaya	26
Analisa Perbandingan Camel pada Bank BCA Syariah Sebelum dan Selama Pandemi Covid 10 ...	27
Intan Purnama Sari, Erric Wijaya	27

Pengaruh Inflasi, BI 7-Days Repo Rate, Risiko Kredit, dan Risiko Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional di Indonesia Periode 2017 -2021	28
Adinda Sabelia, Lediana Sufina, Nova Novita.....	28
Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Mata Kuliah Etika Bisnis Dan Profesi Akuntan Dipandang Dari Segi Gender (Studi kasus pada mahasiswa akuntansi yang belum/sudah mengikuti mata kuliah etika bisnis dan profesi akuntansi di STIE Indonesia Banking School).....	29
Saddam Anazga Putra, Will Andilla Darniaty	29
Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial terhadap Kepuasan Jasa Cuci Sepatu Cactus Wash... ..	30
Sarah Yasmine Wratsongko, Meta Andriani	30
Pengaruh Compensation Financial, Job Stress dan Job Satisfaction terhadap Employee Performance (Studi pada Karyawan Restoran Cepat Saji di Jakarta)	31
Alma Aprilya Supriyatna, Ossi Ferli	31
Pengaruh Rekomendasi Merek oleh Digital Influencer terhadap Niat Pembelian	32
Deasy Ariyani, Meta Andriani.....	32
Pengaruh Family Work Conflict dan Kompensasi Finansial pada Kepuasan Kerja Serta Pengaruh Kepuasan Kerja pada Kinerja Karyawan Wanita Bagian Frontliner Bank di Jabodetabek	33
Fellia Elsa Garini, Ossi Ferli.....	33
Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Sayuran Organik Studi Kasus pada Konsumen Sayuran Organik di Jabodetabek	34
Eka Prasiyuda, Meta Andriani	34
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Indonesia	35
M. Adam Zahran, Deni Wardani.....	35
Analisis Business Model Canvas Pada KSPPS Nasari Mandiri dan Penerapannya dalam Kegiatan Operasional.....	36
Cahya Eka Ayu Pramesti, Dewangga Yudiantara,.....	36
Katarina Purnanda Lawi, Septi Febriani, Alvien Nur Amalia	36
Analisis Business Model Canvas Bank Wakaf Mikro An Nawawi Tanara	37
Meydian Listiani, Natasya Adithia Putri, Amara Falihah, Putri Damayanti, Alvien Nur Amalia	37

Digital Innovation and Banking

The Role of Perceived Ease of Use and Perceived Risk in E-Commerce Paylater Adoption in Indonesia

Toto Edrinal Sebayang, Alvin Nicholaus Sheldon, Budy Rezky Hendryanto

Binus University

Email Korespondensi: h.toto.sebayang@binus.ac.id

Abstraksi

The purpose of this study is to examine the effect of Perceived Ease of Use and Perceived Risk as a multi-dimension faceted on Behavioral Intention of Paylater users in e-commerce at Jabodetabek. This research applied quantitative method. The data collection methods used in this research were by distributing questionnaire to e-commerce platforms and paylater users. Behavioral Intention was analyzed by adopting TAM (Technology Acceptance Model) framework and incorporating perceived risk as one of the resistor factors in the model. Based on the result of questionnaire data, it was discovered that Perceived Ease of Use significantly affects Behavioral Intention through Perceived Usefulness. It was also found that Perceived Usefulness affects Behavioral Intention directly. From the founding, Perceived Usefulness were the biggest factor in affecting Behavioral Intention.

Keywords: Paylater, Perceived Risk, Technology Acceptance Model, Behavioral Intention, Fintech

Minat Siswa Menggunakan Produk Tabungan SIPINTAR PT. Bank Perkreditan Rakyat Pembangunan Kerinci: Tinjauan dari Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan

**Elex Sarmigi, Suci Mahabbati, Wiyan Mailindra, Alek Wissalam Bustami, Annisa Diyah
Ashari, Septi Husnah Fadlillah**

Institut Agama Islam Negeri Kerinci

Email Korespondensi: elxsarmigi@gmail.com

Abstraksi

Research Aims: The purpose of this study was to determine the effect of promotion and service quality on students' interest in choosing SIPINTAR products at PT. Bank Perkreditan Rakyat Pembangunan Kerinci. **Design/methodology/approach:** This study uses a quantitative research design with a survey approach. The research sample was 60 students in Kerinci Regency while the sampling technique was the convenience sampling method. The data analysis technique used multiple linear analysis, while the hypothesis testing used the statistical t test and F test with the help of the IBM SPSS 26 application. **Research Findings:** The results of this study found that partially promotion had a positive and significant effect on students' interest in using SIPINTAR products, while service quality had no effect on students' interest in using SIPINTAR PT. Kerinci Development People's Credit Bank. The results of the F test show that promotion and service quality simultaneously have a significant effect on using PT. SIPINTAR products. Kerinci Development People's Credit Bank, with the magnitude of this influence, namely 20.6%. **Theoretical Contribution/Originality:** This research is beneficial for the development of the banking business, especially for regional banks. **Research limitation and implication:** This study has limitations, namely only examining promotion factors and service quality in influencing the intention to save. However, the results of this study provide information that promotion is a factor in forming interest in using banking products.

Keywords: Interest in Savings; Service quality; Promotion

Investment Feature User Retention Factor Livin by Mandiri

Yuli Triani

STIE Indonesia Banking School

Email Korespondensi: yuli.20191152003@ibs.ac.id

Abstraksi

Mutual funds are one of the most popular investments, especially among novice investors. Currently there are many mobile-based applications available that make it easier for new investors to buy or sell mutual fund products, one of which is the Bank Mandiri Livin By Mandiri mobile banking application which adds investment features to it by offering various conveniences and conveniences in making investments. This study aims to identify and analyze the factors that influence the continuity of the use of investment features in the Livin By Mandiri application. The data used is primary data in the form of questionnaires distributed to 90 respondents who were selected using a purposive sampling technique. This study uses the Expectation-Confirmation Model (ECM) model and uses the PLS-SEM (Partial Least Square Structural Equation Model) approach to measure the estimation of the measurement model and the estimation of the structural model. The results of this study indicate that there is a positive relationship between Satisfaction and Perceived Usefulness on Continuance Intention to Use, and Enjoyment, Perceived Ease of Use, Confirmation, Trust, Content Quality, Prompt Response, and User Interface have a positive effect on satisfaction.

Keywords: Satisfaction, perceived usefulness, perceived ease of use, enjoyment, continuance intention to use.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Continuous to Subscribe pada Layanan Media Over the Top (OTT)

Fajarin Sya'ban, Meta Andriani

STIE Indonesia Banking School

Email Korespondensi: fajarin.20191131023@ibs.ac.id

Abstraksi

This research aims to analyze the influence of Interactivity, Content Richness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Price, and Free Alternatives to Paid Apps on Continuous to Subscribe in Over the Top (OTT) media services. The exogenous variables in this study include Interactivity, Content Richness, Perceived Ease of Use, Perceived Price, and Free Alternatives to Paid Apps, with the endogenous variables include Perceived Usefulness and Continuous to Subscribe. There are 6 hypotheses generated from this study which were tested using the Structural Equation Model (SEM) technique with the Partial Least Square (Smart-PLS) data analysis method. The sample data collected were 70 respondents who were currently subscribing to Over the Top (OTT) media services within the last three months, and data collection used was using Google Forms questionnaire. The result based on the analysis indicate that Interactivity and Content Richness have a positive influence on Perceived Usefulness. On the other hand, Perceived Ease of Use and Perceived Price also have a positive influence on Continuous to Subscribe. However, other results show that Perceived Usefulness have no positive influence on Continuous to Subscribe while Free Alternatives to Paid Apps have no negative influence on Continuous to Subscribe.

Keywords: Interactivity, Content Richness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Price, Continuous to Subscribe.

Navigating the Future of Digital Currencies: A Comparative Study of CBDC Initiatives

Janitra Nur Aryani

Institut Teknologi Bandung

Email Korespondensi: janitra_nuraryani@sbm-itb.ac.id

Abstraksi

Central Bank Digital Currencies (CBDCs) have emerged as a focal point in the global financial landscape, shaping the future of digital transactions and monetary policy. This study presents a comparative analysis of Indonesia's Retail Central Bank Digital Currency (r-CBDC) initiative against four prominent CBDC initiatives from diverse geographical regions. The objective is to assess and contrast the design, technological framework, regulatory approach, and potential socio-economic implications of these initiatives. Methodologically, a qualitative Comparative Critical Analysis approach was employed. Four CBDC initiatives—Nigeria's eNaira, The Bahamas' Sand Dollar, China's e-CNY, and Singapore's Project Orchid—were selected based on regional representation and technological variations. A structured framework was developed, encompassing dimensions such as Design, Features, Regulatory and Data Protection Environment, and Economic Implications. The initiatives were evaluated against these dimensions through an in-depth examination of official documents, whitepapers, and relevant literature. Preliminary findings reveal distinctive approaches and outcomes across the examined initiatives. While eNaira emphasizes digitization and interoperability, The Sand Dollar prioritizes reducing negative impacts of cash use and combating illicit activities such as money laundering, tax evasion, and terrorism financing. The Project Orchid stands out for its unique stance of not seeing a pressing urge to issue a r-CBDC in the near future, while e-CNY plans to launch extended pilot projects across the country. The study contributes to the ongoing discourse on CBDCs by offering insights into diverse implementation strategies and their potential ramifications.

Keywords: Central Bank Digital Currency (CBDC), r-CBDC, Comparative Analysis, Digital Rupiah, CBDC Design Features.

Peran Social Media Marketing terhadap Brand Trust dan Brand Equity dan Implikasinya pada Brand Loyalty (Kasus pada Brand Thrift Shop @xstufobett di Instagram)

Muhammad Nur Rayhan Pradana Singgih, Santi Rimadias, Ossi Ferli, Antyo Pracoyo

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: rayhanpradana12@gmail.com

Abstraksi

Dengan adanya kemudahan dalam melakukan pemasaran di Instagram, Membuat para pelaku usaha gencar dalam menggunakan Instagram. Salah satunya industri fast fashion yang memanfaatkan Instagram sebagai aktifitas pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat pembeli, Lonjakan pembelian terhadap produk fast fashion membuat industri tersebut memproduksi pakaian dengan jumlah yang lebih banyak sehingga hal tersebut meningkatkan limbah-limbah yang dapat mencemari lingkungan dan sekitarnya. Metode recycle menjadi salah satu solusi untuk meminimalisasikan limbah dengan cara memakai kembali pakaian bekas masih layak pakai. Pakaian bekas yang dapat dikenal juga sebagai pakaian thrift menjadi sebuah tren pada sebagian masyarakat, sehingga berkembangnya para pelaku usaha thrift shop yang menggunakan Instagram sebagai tempat berjualan serta memasarkan produknya. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh social media marketing, brand trust, dan brand equity terhadap akun thrift shop @xstuffobet di Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menggunakan Google Forms kuesioner dan data kuesioner sebagai data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden dari followers akun thrift shop @xstuffobet di Instagram dan pernah melakukan minimal sekali pembelian pada akun thrift shop @xstuffobet. Metode analisis penelitian ini menggunakan metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan aplikasi smartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty, Kemudian brand trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand equity dan brand loyalty. Brand trust juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand loyalty. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel seperti brand uniqueness.

Kata kunci: Social media marketing, Brand equity, Brand trust, Brand loyalty, Thrift shop, Instagram

Kualitas Suatu Produk, Promosi, dan Presepsi Harga Album Musik K-Pop terhadap Keputusan Pembelian Penggemar di Indonesia

Rizka Amanda, Santi Rimadiaz, Ossi Ferli, Meta Andriani

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: rizkaamanda1704@gmail.com

Abstraksi

Perkembangan Globalisasi di Negara ASEAN khususnya di Indonesia sangat cepat. Globalisasi diartikan sebagai integrasi perekonomian, budaya, politik, aspek social, dan perkembangan teknologi yang sangat maju sehingga memudahkan bagi masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh positif Kualitas Produk, Promosi, dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian album K-Pop di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data survey menggunakan google form dengan sample sebanyak 100 responden pada remaja Wanita dan pria yang berusia 17 tahun keatas, yang sudah sering membeli album K-Pop. Metode Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM, dengan aplikasi yang mendukung metode alternatif SEM yaitu SmartPLS. Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan diantaranya: 1) Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Presepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Presepsi Harga, dan Keputusan Pembelian.

Accounting, Financial Governance, and Sustainability

Amount of Deposit Insurance System Scheme Based on “Risk” Scheme

Catarina Manurung

Binus University

Email Korespondensi: catarina_natasha98@yahoo.co.id

Abstraksi

Banking is the lifeblood of a country's economy. The government's role is urgently needed to maintain public trust in banking. Therefore, the Government issued Law Number 24 of 2004 and Government Regulation Number 66 of 2008 concerning the amount of deposit guaranteed by the Deposit Insurance Corporation. The risks faced by banks from the Risk Profile factors include among others: credit risk, market risk and liquidity risk. The risks faced by banks in "The Essentials of Risk Management", include Credit Risk and Market Risk. In addition to the risks faced by each bank, what needs to be emphasized is the level of soundness of each bank and the criteria for a healthy bank. The author will use normative legal research methods with a related statutory approach, with the hypothesis: the current deposit insurance system scheme, namely a flat premium system of 0.1% (one per thousand) with a guarantee limit of up to 2 billion rupiah, is no longer sufficient. Again. This means that the premium amount does not cover the entire deposit amount. It is time to switch to a deposit insurance system scheme based on the "Risk" scheme. Each bank has different risks, and the soundness level of each bank is also different. So, it is unfair for depositors, if the premium payment system scheme treatment is made flat at 0.1% (one per thousand) for all banks. It's time to switch to a deposit insurance system scheme based on the "Risk" scheme.

Keyword: Banking, trust, risk, Deposit Insurance Corporation.

Analisis Penerapan Akuntansi Pembiayaan Murabahah Berdasarkan PSAK 102 (Studi Kasus pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Kabupaten Pemalang)

Saras Meilia Puspitasari, Ali Imron, Suropto

Institut Teknologi dan Bisnis Adias

Email Korespondensi: puspitasari541245@gmail.com

Abstraksi

This research is entitled "Analysis of the Application of Murabahah Financing Accounting Based on PSAK 102 (Case Study on Savings and Loans Cooperatives and Sharia Financing (KSPPS) in Pemalang Regency)". The purpose of this study was to determine the application and suitability of murabahah financing based on PSAK 102 concerning murabaha accounting for KSPPS BMT Al Fatta, KSPPS Berkah Usaha Syariah, KSPPS Dana Syariah, KSPPS BMT Bina Muamalah Taawun in Pemalang Regency. This study uses a qualitative method with a descriptive approach, namely by describing the implementation of the murabahah financing program at KSPPS BMT Al Fatta, KSPPS Berkah Usaha Syariah, KSPPS Dana Syariah and KSPPS BMT Bina Muamalah Taawun, as well as analyzing the suitability of accounting treatment in recognition, measurement, presentation and disclosure. murabahah financing at KSPPS BMT Al Fatta, KSPPS Berkah Usaha Syariah, KSPPS Dana Syariah and KSPPS BMT Bina Muamalah Taawun with PSAK 102 through observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the treatment of murabahah financing at KSPPS BMT Al Fatta, KSPPS Berkah Usaha Syariah, KSPPS Dana Syariah, KSPPS BMT Bina Muamalah Taawun located in Pemalang Regency is not fully in accordance with the murabahah accounting treatment in PSAK 102 which includes the recognition and measurement of murabahah. Meanwhile, presentation and disclosure are in accordance with PSAK 102.

Kata kunci: Murabahah Financing and PSAK 102.

Pengaruh Pengungkapan CSR, GCG, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Will Andilla Darniaty, Dinnar Alifia Putri, Balqis Aisyah Handayani, M. Hafizh N. Akmal, Chairunisa

STIE Indonesia Banking School

Email Korespondensi: will.andilla@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG) dan leverage terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank BUKU 3 dan Bank BUKU 4 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan metode purposive sampling sehingga didapatkan sampel sebanyak 14 perusahaan perbankan. Teknik analisis linier berganda digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR, GCG dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, dan profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan pengungkapan CSR, GCG dan leverage dengan agresivitas pajak.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance; Leverage; Profitabilitas, Agresivitas Pajak

Strategi Pajak pada Lembaga Keuangan: Dengan Faktor Tata Kelola yang Mempengaruhinya

Vidiyanna Rizal Putri, Minerva Ellabita Tamara

STIE Indonesia Banking School

Email Korespondensi: vidiputri@ibs.ac.id

Abstraksi

Penghindaran pajak dianggap sebagai tindakan yang sangat merugikan negara, karena hampir 85% penerimaan negara, bersumber dari pendapatan pajak. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh insentif eksekutif, foreign ownership terhadap penghindaran pajak dengan interaksi kualitas audit pada bank dan lembaga keuangan non bank dalam rentang waktu 2016 hingga 2022. Selain itu terdapat control variabel yaity sales growth di dalam penelitian ini. Lembaga keuangan yang dianggap memiliki aturan yang sangat ketat, ternyata memanfaatkan loophools untuk melakukan strategi perpajakan demi mengurangi beban pajak. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa insentif eksekutif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap praktik penghindaran pajak. Lebih lanjut, hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa interaksi antara kualitas audit dan insentif eksekutif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai bagaimana insentif eksekutif dan kualitas audit berinteraksi dalam konteks penghindaran pajak pada lembaga keuangan, baik bank maupun lembaga keuangan non bank. Implikasi dari temuan ini dapat memberikan panduan bagi pengambil kebijakan dan praktisi untuk memahami dinamika yang terlibat dalam keputusan manajemen terkait pajak dalam lingkungan yang terus berubah.

Kata kunci: Executive incentives, foreign ownership, Tax avoidance, Audit quality, Governance Factors, financial institutions

Pengaruh Green Accounting dan Efisiensi terhadap Kinerja Perusahaan

Shelsabila Nur Laily, Nova Novita

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: shelsabila.20191231004@ibs.ac.id

Abstraksi

Persaingan antar perusahaan industri yang semakin ketat menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Di sisi lain, isu lingkungan membuat perusahaan industri dituntut untuk mempertanggungjawabkan proses bisnisnya yang telah berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan. Riset ini meninjau penggunaan green accounting dan efisiensi serta menguji dampaknya terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan metode kuantitatif. Green accounting menggunakan rasio biaya lingkungan dan efisiensi menggunakan indikator managerial ability yang diproses dengan model DEA. Hasil riset ini menunjukkan bahwa green accounting dan efisiensi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Variabel kontrol pada penelitian ini yaitu leverage memiliki pengaruh negatif dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Riset ini menemukan bahwa besaran pengalokasian biaya lingkungan akan mempengaruhi keuntungan dan perusahaan yang dapat mengelola sumber dayanya dengan efisien juga akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Temuan ini menjadi bukti bahwa adanya citra positif yang didapatkan perusahaan apabila memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang akan berdampak pada keuntungan di masa depan. Riset ini juga memberikan implikasi untuk manajer perusahaan agar dapat mempertimbangkan penggunaan sumber daya perusahaan sebaik mungkin yang akan berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Kata kunci: Kinerja Perusahaan, Green Accounting, Biaya Lingkungan, Efisiensi Operasional, Kemampuan Manajerial, Leverage, Ukuran Perusahaan

The Influence of SAK EMKM Socialization, Accounting Understanding Level, and the readiness level of MSME Actors on The Implementation of EMKM SAK in Bank Indonesia Assisted MSMEs in Ambon City

Salomi Jacomina Hehanussa, Trevor Elizandre Picanussa, Josephus Albert Makatita

Universitas Kristen Indonesia Maluku

Email Korespondensi: salomijh@gmail.com

Abstraksi

This study aims to look at the influence of the socialization of Micro, Small and Medium Entity Financial Accounting Standards (SAK EMKM), the level of understanding of accounting, and the level of readiness of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) actors on the Application of SAK EMKM. This research was conducted on Bank Indonesia-assisted MSMEs in Ambon City.

The data collection technique used the questionnaire method, namely data collection by distributing questionnaires to respondents of Bank Indonesia-assisted MSMEs in Ambon City. Data were analysed using the method used in this research is quantitative causal with data quality test, classical assumption test, hypothesis testing and multiple linear regression analysis.

The results showed that overall the influence of the Socialization variable, the Level of Understanding of Accounting, and the Readiness Level of MSME Actors had a significant effect on the Implementation of SAK EMKM. Partial testing shows that the SAK EMKM socialization variable has no significant effect on the implementation of SAK EMKM. On the other hand, the variable Level of Understanding of Accounting and the Level of Readiness of MSME Actors shows that the Level of Understanding of Accounting has a positive and significant effect on the Implementation of SAK EMKM.

Keywords: EMKM SAK, Accounting Understanding Level, the readiness level of MSME Actors

Strategi Bisnis, Kecocokan Strategi Bisnis dengan Sistem Pengendalian Manajemen, dan Kinerja Keuangan

Silvia Novita, Nova Novita

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: silvia.20191211048@ibs.ac.id, nova.novita@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini menguji pengaruh strategi bisnis cost leadership dan strategi bisnis differentiation terhadap kinerja keuangan dengan sistem pengendalian manajemen hierarchy dan adhocracy sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017- 2021. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan analisis sekunder menggunakan metode kuantitatif. Indikator kinerja keuangan yaitu return on assets, indikator strategi cost leadership yaitu capex on PPE ratio, sales to book value of PPE ratio, dan employee to assets ratio, indikator strategi differentiation yaitu SGA expenses to sales ratio, R&D to sales ratio, dan sales to COGS ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis cost leadership berpengaruh secara beragam terhadap kinerja keuangan, strategi bisnis differentiation berpengaruh secara beragam terhadap kinerja keuangan, sistem pengendalian manajemen hierarchy tidak memoderasi pengaruh strategi bisnis cost leadership terhadap kinerja keuangan, dan sistem pengendalian manajemen adhocracy tidak memperkuat pengaruh strategi bisnis differentiation terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci: Strategi Bisnis Cost Leadership, Strategi Bisnis Differentiation, Sistem Pengendalian Manajemen Hierarchy, Sistem Pengendalian Manajemen Adhocracy, Kinerja Keuangan.

Islamic Economics and Finance

Pengaruh Penerapan Sistem Teknologi Informasi, Work from Anywhere dan Workday Reduction (Bye-5) terhadap Kinerja Karyawan Fintech Syariah (Studi pada PT Alami Fintek Sharia)

Lala Yulita Pratiwi, Anna Sardiana

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: anna.sardiana@ibs.ac.id

Abstraksi

Sharia finance companies (fintech sharia) in Indonesia are increasing and making it easier for people to make transactions through the platforms provided. However, to increase the number of these transactions, it requires employees within the company to succeed in making the company grow. This study aims to examine the effect of information technology system, work from anywhere and workday reduction on the performance of Islamic Fintech employees (PT Alami Fintek Sharia). This study used a quantitative method by distributing questionnaires via googleform. This research sample used was 100 respondents who were determined using a purposive sampling technique. Primary data collection is done through distributing questionnaires that have been filled in by respondents. Then testing the hypothesis using multiple linear regression. The results of this study indicate that the information technology system variable has no effect on employee performance, while the work from anywhere and workday reduction have a positive and significant impact on employee performance. However, the simultaneous shows that the information technology system, work from anywhere and workday reduction have a jointly positive effect on the performance of employees of PT Alami Fintek Sharia.

Keywords: Information Technology System, Work from Anywhere, Workday Reduction, Employee Performance.

The Trust and Convenience Factor Had a Significant Effect on MSME Decisions in Financing Through Peer-To-Peer Lending in Depok

Efriyanto

State Of Polytechnic Jakarta

Email Korespondensi: Efriyanto1965@gmail.com

Abstraksi

The Financial Technology Association (AFTECH) in Indonesia reported that there are still 49 million Small and Medium Enterprises (SMEs) whose poor people have not received support from banks due to too heavy regulations and inclusion of conditions for guarantees. Peer to Peer Lending can help business actors or borrowers who need assets by providing unsecured credit. The purpose of this study is to determine whether the Trust and Convenience factor can influence MSME decisions in financing through peer to peer lending applications. This study uses primary data by interviewing MSME actors in Depok City and distributing questionnaires online and offline and has obtained 100 respondents. With the criteria of respondents who have business credit loans on fintech lending platforms (online loans) that are registered and licensed at OJK, have Small and Micro Businesses, domiciled in Depok City, aged 18 years to more than 50 years. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. It was found that the Trust and Convenience factor had a significant effect on MSME decisions in financing through peer to peer lending in Depok.

Keywords: Trust, Ease, Peer to Peer Lending, MSMEs Depok

Pengaruh Memorable Halal Food Experience terhadap Social Media E-Wom pada Destinasi Wisata Halal di Indonesia (Sebuah Tinjauan Pada Wisatawan Kelompok Tertentu)

Himawan Adi Nugroho, Meta Andriani

STIE Indonesia Banking School

Email Korespondensi: himawan.20191111073@ibs.ac.id

Abstraksi

Indonesia, with its rich cultural heritage, breathtaking landscapes, and diverse culinary delights, has emerged as one of the top tourist destinations in the world. In recent years, there has been a noticeable increase in the number of non-Muslim tourists visiting Indonesia, drawn by its natural beauty and unique cultural experiences. As the world becomes more interconnected and travel becomes more accessible, the tourism industry in Indonesia has recognized the significance of catering to the needs and preferences of diverse groups of travelers, including non-Muslim tourists. Culinary experience is one of the main factors that affect the satisfaction and positive impression of tourists when visiting a tourist destination. For non-Muslim tourists, in particular, halal culinary experiences become important when they visit tourist destinations in Muslim-majority Indonesia. This study aims to explore the influence of memorable halal food experiences on eWOM. Memorable halal food experiences increase the likelihood of travelers sharing their experiences positively with others through digital channels. Aspects such as the unique taste of food, cleanliness, menu variety, and friendly service are important factors that influence the positive impression of non-Muslim tourists towards halal culinary in tourist destinations. This research provides valuable insights for managers of halal tourism to improve the quality of halal culinary experience for non-Muslim tourists. By creating a positive, memorable halal food experience, halal tourism destinations in Indonesia can expand their reach and reputation through eWOM, thus attracting more visits from non-Muslim tourists who have the potential to become ambassadors for destination among their own communities.

Keywords: Halal, Tourism, Experience.

Pengaruh Persepsi Guru MTsN 2 Kota Sungai Penuh Tentang Kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sungai Penuh

Zoni Adam Pernando, Rahman Peliza, Dafiari, Rita Agustiar

IAIN KERINCI

Email Korespondensi: dafiarsyarif24@gmail.com

Abstraksi

The purpose of this study was to determine the perception of MTsN 2 teachers in Sungai Penuh City about the presence of Bank Syariah Indonesia (BSI) on interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sungai Penuh. This study used quantitative research. The population of this study was MTsN 2 teachers of Sungai Penuh City which amounted to 63 people with a sample using total sampling techniques, which amounted to 63 people. Data collection techniques are questionnaires and documentation. The analysis used validity test, reliability test, normality test, linearity test, heteroscedasticity test, descriptive analysis, simple linear regression test, T test and determinant test (R Square). Based on the results of regression calculations, it is known that the perception of MTsN 2 teachers in Sungai Penuh City about the presence of Bank Syariah Indonesia (BSI) affects the interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sungai Penuh. This is indicated by the calculated value of $t_{table} >$ which is $6.883 > 2.000$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The influence of MTsN 2 Sungai Penuh city teachers' perception of the presence of Bank Syariah Indonesia (BSI) has an effect of 43.7% on interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sungai Penuh.

Keywords: Islamic Bank; Interest in Saving Affairs; Teacher; Perception.

Analisis Business Model Canvas Bank Wakaf Mikro An-Nawawi Tanara

Meydian Listiani, Natasya Adithia Putri, Amara Falihah, Putri Damayanti

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: meydianlistiani@gmail.com

Abstraksi

Bank Wakaf Mikro (BWM) merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang didirikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama dengan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Business model canvas Bank Wakaf Mikro An- Nawawi Tanara. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini memiliki sembilan elemen Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Customer Segment, Cost Structure, Revenue Streams. Ciri khas dari BWM berdasarkan sembilan elemen tersebut pada elemen Key Resources karena Sumber Daya Manusia yang digunakan dalam BWM An-Nawawi dengan melibatkan mahasiswa sekolah tinggi ilmu fiqih syekh Nawawi Tanara. Customer Segment pada BWM An-Nawawi adalah masyarakat mikro potensial seperti ibu rumah tangga yang mempunyai usaha rumahan. Oleh karena itu dalam penyaluran pinjaman atau pembiayaan menggunakan pendekatan kelompok dengan sistem tanggung renteng.

Kata kunci: Bisnis, Model, BWM, LKMS, LAZNAS.

Dampak Inovasi Hijau dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Emisi CO₂ di Indonesia: Pendekatan VECM

Ryan Juminta Anward, Muhammad Rusmin Nuryadien

Universitas Lambung Mangkurat

Email Korespondensi: ryananward@ulm.ac.id

Abstraksi

Indonesia memiliki potensi besar untuk mengadopsi inovasi hijau dan teknologi ramah lingkungan guna mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak inovasi hijau dan pertumbuhan ekonomi terhadap emisi CO₂ di Indonesia menggunakan pendekatan kointegrasi dan Vector Error Correction Model (VECM). Hasil studi menunjukkan bahwa dalam jangka panjang, inovasi hijau memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap emisi CO₂ di Indonesia. Paten teknologi lingkungan dan konsumsi energi terbarukan berdampak signifikan dalam mengurangi emisi CO₂ dalam jangka panjang. Namun, dalam jangka pendek, inovasi hijau tidak berdampak signifikan terhadap emisi CO₂. Studi ini memberikan sumbangan yang berharga dalam pemahaman tentang interaksi dinamis antara inovasi hijau, pertumbuhan ekonomi, dan emisi CO₂ di Indonesia.

Kata kunci: Inovasi Hijau, Pertumbuhan Ekonomi, Emisi CO₂, VECM

The Effect of Live Streaming Feature, Trust, and Perceived Price on E-commerce Purchase Decision in Indonesia, Mediated by Purchase Intention

Maria Evelyn Octavia Eka Wibowo, Farida Komalasari

President University

Email Korespondensi: farida_k@president.ac.id

Abstraksi

The rising numbers of e-commerce users have affected the methods for selling products. The scope of electronic commerce (e-commerce) in Indonesia is increasingly widespread, it is not just from marketplace or website but also from social commerce which is the combination of social media and e-commerce. The platform varies and adjusts to the demand of the customers, especially the function of the live stream feature in e-commerce that provides more experience for the customers to know more about the product details. The purpose of this study is to examine the customers' purchase decisions in e-commerce in Indonesia based on the live streaming feature, trust, and perceived price mediated by the purchase intention. This study used a quantitative method that applied Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS). The data collected from 278 e-commerce users who filled questionnaires that consist of 5 variables with 25 measurement items and demographic profiles of gender, age, monthly allowance, and occupation. The population are Indonesian people who use e-commerce and familiar with live streaming feature in e-commerce. According to the factors analyzed in this research, live streaming feature and perceived price significantly influence the intention and decision to purchase products on e-commerce for Indonesian customers. Trust does not significantly influence the intention and decision to purchase products on e-commerce. Meanwhile, purchase intention significantly influences decision to purchase products on e-commerce. This research result could be used by e-commerce actors in developing their strategy to attract more consumers.

Keywords: Live Streaming Feature, Trust, Perceived Price, Purchase Decision, E-Commerce

The Role of Financial Education in Financial Capabilities Towards Financial Management

Marchelia Puspita Sari, Liana Mangifera

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email Korespondensi: marcheliapuspita78@gmail.com

Abstraksi

This study aims to examine the influence of financial education on how a person manages finances with his abilities. The research was conducted on students in Surakarta using the Structural Equation Modeling (SEM) approach using a path diagram that allows to include all observed variables in accordance with the theoretical model they built. The sample was taken from an online survey conducted on Surakarta regional students in April 2023. Data was collected through an online survey Google form that was distributed to respondents and then used for statistical tests. Respondents were given 32 questions and a population of 170 respondents from various universities in Surakarta and the average majored in management, and accounting. The research was conducted by quantitative methods, the SEM analysis used was Partial Least Square (PLS) with a calculation process assisted by the SmartPLS 3.0 software application program. Partial Least Square (PLS) analysis is a multivariate statistical technique that compares multiple dependent variables and multiple independent variables. The results showed that financial education affects financial ability and financial management.

Keywords: Financial education, financial ability, financial knowledge, financial attitude, financial behavior, financial management, ability finance, knowledge finances, attitude finances, behavior finance, management finance

Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Sepatu Lari Ortuseight di Jakarta

Satria Sapto Senawidjaya, Erric Wijaya

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: satria.20181111016@ibs.ac.id

Abstraksi

Salah satu aspek menarik dalam dunia lari di Indonesia, terutama di Jakarta, adalah perkembangan sepatu lari merek lokal yang terus tumbuh dan memiliki kualitas hampir sebanding dengan sepatu lari merek internasional. Dengan minat yang tinggi dari penggemar olahraga lari di Jakarta, hal ini mendorong peneliti untuk menyelidiki lebih lanjut mengenai loyalitas konsumen terhadap sepatu lokal, khususnya sepatu merek Ortuseight. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan terhadap sepatu lari merek Ortuseight.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengolah data. Sampel penelitian diperoleh melalui metode Non-Probability Sampling, dengan penerapan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Surevi dilakukan secara daring dengan menyebarkan kuesioner kepada anggota komunitas lari di Jakarta, berhasil mengumpulkan 120 sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek memiliki pengaruh paling dominan, terutama dalam konteks harga yang terjangkau. Kualitas produk memainkan peran signifikan dalam pemilihan warna yang inovatif. Kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan merekomendasikan sepatu Ortuseight kepada calon pengguna baru.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, Ortuseight, sepatu lari lokal

Analisa Perbandingan Camel pada Bank BCA Syariah Sebelum dan Selama Pandemi Covid 10

Intan Purnama Sari, Erric Wijaya

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: ntandiaz@gmail.com

Abstraksi

Pandemi Covid-19 memiliki dampak terhadap bermacam aspek ekonomi serta kegiatan bisnis. Pandemi Covid-19 berdampak di perbankan serta pada kinerja keuangan yang akan berpengaruh pada tingkat kesehatan bank. Terdapat cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui dampak pandemi tersebut terkait kesehatan bank yaitu dengan membutuhkan tolak ukur secara objektif dan tepat. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis laporan keuangan kinerja Bank Syariah sebelum adanya pandemi Covid-19 dan selama ada pandemi Covid-19.

Metode analisis data yang diterapkan pada penelitian ini merupakan analisis deskriptif kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Non-Probability Sampling. Teknik pengambilan sampel penelitian ini ialah sampling jenuh. 12 sampel diterapkan sebelum pandemi Covid-19 dan 12 sampel diterapkan selama pandemi Covid-19. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode CAMEL menunjukkan bahwa pada Rasio Capital Adequacy Ratio, Non Performing Financing, Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum pandemi Covid-19 dengan selama pandemi Covid-19 sedangkan indikator Return on Assets menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan selama pandemi Covid-19. Financing to Deposit Ratio menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan selama pandemi Covid-19.

Kata kunci: CAMEL, Kinerja Keuangan, CAR, NPF, BOPO, FDR, ROA

Pengaruh Inflasi, BI 7-Days Repo Rate, Risiko Kredit, dan Risiko Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional di Indonesia Periode 2017 -2021

Adinda Sabelia, Lediana Sufina, Nova Novita

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: Adinda.20191211045@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inflasi, BI-7 Days Repo Rate, Risiko Kredit, dan Risiko Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional dengan periode penelitian tahun 2017-2021. Penelitian ini menggunakan 39 bank umum konvensional yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dengan metode analisis regresi linier. berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan Inflasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. BI-7 Day Repo Rate tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Risiko Kredit memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Risiko Likuiditas tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci: Inflasi, BI-7 Days Repo Rate, Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, Kinerja Keuangan, Return on Asset (ROA)

Persepsi Mahasiswa Akuntansi terhadap Mata Kuliah Etika Bisnis dan Profesi Akuntan Dipandang Dari Segi Gender

(Studi kasus pada mahasiswa akuntansi yang belum/sudah mengikuti mata kuliah etika bisnis dan profesi akuntansi di STIE Indonesia Banking School)

Saddam Anazga Putra, Will Andilla Darniaty

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: saddam.20181211081@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan persepsi mahasiswa akuntansi terhadap etika bisnis dan profesi akuntansi berdasarkan gender dan yang belum/sudah mengikuti mata kuliah etika bisnis dan profesi akuntansi. Populasi atau objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif jurusan akuntansi di STIE Indonesia Banking School angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah Convenience Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tidak terdapat perbedaan persepsi mahasiswa akuntansi terhadap etika bisnis dan profesi akuntansi di pandang dari segi gender, dan (2) Terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi yang belum dan sudah mengikuti mata kuliah etika bisnis dan profesi akuntansi.

Kata kunci: Gender, Belum/Sudah Mengikuti Mata Kuliah, Etika Bisnis dan Profesi Akuntansi

Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial terhadap Kepuasan Jasa Cuci Sepatu Cactus Wash

Sarah Yasmine Wratsongko, Meta Andriani

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: sarahwr@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas pemasaran sosial media Terhadap kepuasan jasa cuci sepatu Cactus Wash. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 orang responden yang pernah menggunakan jasa cuci sepatu Cactus Wash dan merupakan followers Instagram Cactus Wash. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang telah disebar. Data yang telah diperoleh diolah menggunakan aplikasi SmartPLS dengan metode PLS-SEM.

Kata kunci: Social media marketing activities, satisfaction, social identification, perceived value.

Pengaruh Compensation Financial, Job Stress dan Job Satisfaction terhadap Employee Performance (Studi pada Karyawan Restoran Cepat Saji di Jakarta)

Alma Aprilya Supriyatna, Ossi Ferli

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: alma.20161111047@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh compensation financial, job stress dan job satisfaction pada employee performance. Variabel independen pada penelitian ini adalah compensation financial, job stress dan job satisfaction. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah employee performance. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner aplikasi googleform serta dibagikan secara manual kepada 90 karyawan restoran cepat saji di Jakarta. Hasil analisis menunjukkan compensation financial berpengaruh positif dan signifikan terhadap employee performance, job stress berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap employee performance, dan job satisfaction tidak memiliki pengaruh terhadap employee performance.

Kata kunci: Compensation Financial, Job Stress, Job Satisfaction & Employee Performance

Pengaruh Rekomendasi Merek oleh Digital Influencer terhadap Niat Pembelian

Deasy Ariyani, Meta Andriani

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: deasyariyani15@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji untuk mengetahui Pengaruh Rekomendasi Merek oleh Digital Influencer terhadap Niat Pembelian dilihat dari Brand Engagement dan Brand Expected Value. Pemilihan sampel pada penelitian ini memiliki dua karakteristik yaitu memiliki account Instagram dan juga follow Arief Muhammad di Instagram. Sampel pada penelitian ini sebanyak 85 responden serta teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah aplikasi SmartPLS 4 dan jenis penelitian pengambilan data pada penelitian ini ialah kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived Influencer, Brand Engagement in Self-concept, Brand Expected Value memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap Intention to Purchase Recommended Brand atau niat pembelian.

Kata kunci: Digital marketing, brand engagement in self-concept, brand expected value, intention to purchase recommended brand

Pengaruh Family Work Conflict dan Kompensasi Finansial pada Kepuasan Kerja Serta Pengaruh Kepuasan Kerja pada Kinerja Karyawan Wanita Bagian Frontliner Bank di Jabodetabek

Fellia Elsa Garini, Ossi Ferli

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: fellia.elsaaa@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh family work conflict dan kompensasi finansial terhadap kepuasan kerja serta mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja. Variabel independen pada penelitian ini adalah kinerja karyawan dan kepuasan kerja. Pengujian untuk hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan kuesioner yang disebar secara online menggunakan link googleform yang kemudian peneliti berhasil mendapatkan sampel responden sebesar 95 orang yang merupakan seorang karyawan baik yang sudah menikah atau belum yang bekerja di Bank bagian Frontliner sebagai CS atau Teller. Hasil pada penelitian ini menunjukkan family work conflict tidak memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja, dan kompensasi finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja serta kepuasan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Kata kunci: Family Work Conflict, Kompensasi Finansial, Kepuasan Kerja dan Kinerja

Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Sayuran Organik Studi Kasus pada Konsumen Sayuran Organik di Jabodetabek

Eka Prasiyuda, Meta Andriani

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: ekaprasiyuda2608@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku pembelian sayuran organik Studi Kasus Pada Konsumen Sayuran Organik di Jabodetabek. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah PLS Structural Equation Modelling (PLS SEM). Hasil dari analisis menunjukkan bahwa harga pada sikap memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Norma subjektif dan sikap pada niat pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Niat Pembelian pada perilaku pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Pengetahuan Lingkungan, kepedulian lingkungan, iklan, orientasi jangka panjang dan kualitas harga pada sikap tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian sayuran organik.

Kata kunci: Pengetahuan Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Orientasi Jangka Panjang, Harga, Iklan, Kualitas, Norma Subjektif, Sikap, Dan Niat Pembelian, Perilaku Pembelian

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Indonesia

M. Adam Zahran, Deni Wardani

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: deni@ibs.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini untuk menguji lima faktor yaitu Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust, Perceived Convenience, Perceived Benefit terhadap Consumer Satisfaction pada pengguna E-Commerce Shopee. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan analisis kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non-probability sampling yaitu jenis purposive sampling. Hasil jumlah responden yang diperoleh sebanyak 125 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM PLS yang diolah menggunakan SmartPls. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction, Perceived Ease Of Use tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction, Perceived Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction, Perceived Convenience berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction, Perceived Benefit tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction.

Kata kunci: Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust, Perceived Convenience, Perceived Benefit, Consumer Satisfaction

Analisis Business Model Canvas Pada KSPPS Nasari Mandiri dan Penerapannya dalam Kegiatan Operasional

Cahya Eka Ayu Pramesti, Dewangga Yudiantara,

Katarina Purnanda Lawi, Septi Febriani, Alvien Nur Amalia

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: alvien.amalia@ibs.ac.id

Abstraksi

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah badan usaha yang berbentuk koperasi dengan kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil yang diamanahkan oleh syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui business model canvas Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nasari Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini memiliki sembilan elemen, yaitu Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Customer Segments, Cost Structure, dan Revenue Streams. Ciri khas yang dimiliki oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nasari Mandiri berdasarkan sembilan elemen business model canvas terletak pada Key Activities karena kegiatan usaha KSPPS Nasari Mandiri telah disesuaikan dengan visi-misi yang menjadi pedoman serta adanya pengembangan produk dan layanan agar KSPPS Nasari Mandiri tetap relevan dengan isu yang ada saat ini. Penyediaan layanan untuk mendampingi UMKM dalam mengembangkan usahanya dan penerapan digitalisasi dengan super apps dan online system yang terintegrasi adalah salah satu bukti nyata pengembangan kegiatan usaha KSPPS Nasari Mandiri dari segi layanan. Customer Segment KSPPS Nasari Mandiri adalah masyarakat mikro potensial seperti para pelaku UMKM, petani, hingga pedagang pasar. Oleh karena itu, penyaluran pembiayaan menggunakan pendekatan kelompok bersistem tanggung renteng untuk meminimalisir fraud pengembalian pembiayaan.

Kata Kunci: KSPPS, business model canvas

Analisis Business Model Canvas Bank Wakaf Mikro An Nawawi Tanara

Meydian Listiani, Natasya Adithia Putri, Amara Falihah, Putri Damayanti, Alvien Nur Amalia

Indonesia Banking School

Email Korespondensi: alvien.amalia@ibs.ac.id

Abstraksi

Bank Wakaf Mikro (BWM) merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang didirikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama dengan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Business model canvas Bank Wakaf Mikro An-Nawawi Tanara. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini memiliki sembilan elemen Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Customer Segment, Cost Structure, Revenue Streams. Ciri khas dari BWM berdasarkan sembilan elemen tersebut pada elemen Key Resources karena Sumber Daya Manusia yang digunakan dalam BWM An-Nawawi dengan melibatkan mahasiswa sekolah tinggi ilmu fiqih syekh Nawawi Tanara. Customer Segment pada BWM An-Nawawi adalah masyarakat mikro potensial seperti ibu rumah tangga yang mempunyai usaha rumahan. Oleh karena itu dalam penyaluran pinjaman atau pembiayaan menggunakan pendekatan kelompok dengan sistem tanggung renteng.

Kata Kunci: Bisnis Model Canvas, BWM, LKMS.

