

**PENGARUH OPTIMALISASI EDUKASI DIGITAL TRANSACTION  
TERHADAP CROSS SELLING NASABAH PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP KABANJAHE**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program studi Perbankan Syariah*



**Oleh :**

**SYIVA DIFI OKTAVIANNY**

**NPM : 1901270041**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

**PERSEMBAHAN**

**KARYA ILMIAH INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA  
KELUARGA TERSAYANG**

**AYAHANDA DEDI IDE TRIATNA**

**IBUNDA FITRI WANTY SITEPU, SE**

**ADIK TERCINTA RENDI ARIA FIDI**

**ADIK TERCINTA M. ASFIALDI FIDIANSYAH**

**KAKEK SAMPALAN SITEPU**

**BAYANG HERAWATY SEBAYANG**

**MAMA TUA JUL ARWANTA SITEPU**

**MAMI YANTI**

**MAMA UDA BASTIAN CESAR**

**PACAR IBNU KHOIR**

**PARA SAHABAT ZIHAN DAN TIARA**

**PARA SAHABAT GOSSIP GURLS**

**YANG SELALU MENDOAKAN KESUKSESAN DAN  
KEBERHASILAN BAGI PENULIS**

**MOTTO :**

**DIMANA PUN TAKDIR MEMBAWA PERGI  
TOLONG SELALU SHOLAT YA**

## BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas  
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Syiva Difi Oktavianny  
NPM : 1901270041  
Program Studi : Perbankan Syari'ah  
Semester : VIII  
Tanggal Sidang : 23/08/2023  
Waktu : 09.00 s.d selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Dahrani, SE, M.Si  
PENGUJI II : Selamat Pohan, S.Ag, MA



### PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib,

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

**Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transactions Terhadap Cross Selling  
Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe**

**SKRIPSI**

*Dijukan Untuk Memenuhi Syarat – Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Ekonomi (S.E)  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**Sviva Difi Oktavianny**  
**NPM : 1901270041**

**Program Studi Perbankan Syariah**

Pembimbing



**Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syiva Difi Oktavianny

NPM : 1901270041

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul : **“Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transactions Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe”** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 13/06/2023



Syiva Difi Oktavianny

NPM : 1901270041

**PERSETUJUAN**

**Skripsi Berjudul**

**PENGARUH OPTIMALISASI EDUKASI DIGITAL TRANSACTIONS  
TERHADAP CROSS SELLING NASABAH PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP KABANJAHE**

Oleh :

**SYIVA DIFLOKTVIANNY**

**NPM : 1901270041**

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah  
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk  
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 13 Juni 2023

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

Medan, 13 Juni 2023

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar  
Hal : Skripsi

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa Syiva Difi Oktavianny yang berjudul "Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transactions Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. MM

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setuju untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Syiva Difi Oktavianny  
NPM : 1901270041  
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transactions Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe

Medan, 13/06/2023

**Pembimbing**

Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE, M.M

**DI SETUJUI OLEH:  
KETUA PROGRAM STUDI**

Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I

Dekan,



Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Syiva Difi Oktavianny  
NPM : 1901270041  
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transactions Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 13/06/2023

Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M

DI SETUJUI OLEH:  
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 80/SK/AN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003  
<http://fas@umsu.ac.id> [fas@umsu.ac.id](mailto:fas@umsu.ac.id) [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE, I M, E, I  
Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE, M.M

Nama Mahasiswa : Syiva Difi Oktavianny  
Npm : 1901270041  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe

| Tanggal     | Materi Bimbingan   | Paraf | Keterangan |
|-------------|--|-------|------------|
| 23/23<br>/5 | Perbaiki sesuai arahan<br>- Penulisan sesuai dgn pedoman yg ada<br>- Pengolahan data<br>- Tabel data<br>- Hasil Penelitian<br>- Pembahasan |       |            |
| 31/23<br>/5 | Perbaiki sesuai arahan<br>- Pengolahan data<br>- Tabel Indikator sesuai<br>- Pembahasan<br>- Kesimpulan                                    |       |            |
| 13/23<br>/6 | Acc. Protes lanjut   |       |            |

Medan, 13 Juni 2023

Diketahui/Disetujui  
  
Dr. Muhammad Qasbi, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi  
  
Dr. Rahmayati, SE, I M, E, I

Pembimbing Skripsi  
  
Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE, M.M

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI**  
**PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor : 158 th.1987**

**Nomor : 0543Bju/1987**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**1. Konsonan**

Fenom konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

| <b>Huruf Arab</b> | <b>Nama</b> | <b>Huruf Latin</b> | <b>Nama</b>                |
|-------------------|-------------|--------------------|----------------------------|
| ا                 | Alif        | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب                 | Ba          | B                  | be                         |
| ت                 | Ta          | T                  | Te                         |
| ث                 | Sa          | Ṣ                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج                 | Jim         | J                  | je                         |
| ح                 | Ha          | Ḥ                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ                 | Kha         | Kh                 | Ka dan ha                  |
| د                 | Dal         | D                  | De                         |
| ذ                 | Zal         | Ḍ                  | zet (dengan titik di atas) |
| ر                 | Ra          | R                  | Er                         |
| ز                 | Zai         | Z                  | zet                        |
| س                 | Sin         | S                  | es                         |

|   |        |    |                             |
|---|--------|----|-----------------------------|
| ش | Syim   | Sy | es dan ye                   |
| ص | Sad    | Ṣ  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض | Ḍad    | Ḍ  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط | Ta     | Ṭ  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ | Za     | Ẓ  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'Ain   | '  | Komater balik di atas       |
| غ | Gain   | G  | ge                          |
| ف | Fa     | F  | ef                          |
| ق | Qaf    | Q  | qi                          |
| ك | Kaf    | K  | ka                          |
| ل | Lam    | L  | el                          |
| م | Mim    | M  | em                          |
| ن | Nun    | N  | en                          |
| و | Waw    | W  | we                          |
| ه | Ha     | H  | ha                          |
| ء | Hamzah | ء  | Apostrof                    |
| ي | Ya     | Y  | Ye                          |

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

| Tanda  | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|--------|--------|-------------|------|
| /<br>— | Fathah | A           | A    |
| —<br>/ | Kasrah | L           | I    |
| و<br>— | Dammah | U           | u    |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama           | Gabungan Huruf | Nama    |
|-----------------|----------------|----------------|---------|
| /<br>—<br>ي     | Fathah dan ya  | Ai             | a dan i |
| /<br>—<br>و     | Fathah dan waw | Au             | a dan u |

Contoh :

- Kataba : كتب
- Fa'ala : فعل
- Kaifa : كيف

### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                       | Huruf dan Tanda | Nama                   |
|------------------|----------------------------|-----------------|------------------------|
| ا /<br>ا         | Fathah dan alif<br>atau ya | Ā               | a dan garis di<br>atas |
| ي /<br>ي         | Kasrah dan ya              | Ī               | I dan garis di<br>atas |
| ي /<br>ي         | Kasrah dan ya              | Ī               | I dan garis di<br>atas |
| و /<br>و         | Fathah dan waw             | Au              | a dan u                |

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : مار
- qāla : قيل

#### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

*Ta marbūtah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *amāh*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbūtah* mati

*Ta marbūtah* yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *raudāh al-atfāl - raudatul atfāl*: لروضة الاطفال
- *al-Madīnah al-munawwarah* : المدينة المنورة
- *ṭalḥah* : طلحة

**e. Syaddah (tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- *rabbanā* : ربنا
- *nazzala* : نزل
- *al-birr* : البر
- *al-hajj* : الحج
- *nu'ima* : نعم

**f. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1). Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## 2). Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

## g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: تاخذون
- an-nau': النوء
- syai'un: شيء - inna: ان
- umirtu: امرت
- akala: الكال

## h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu



yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

#### **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż<sup>3</sup>unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal – laziunzilafihil - Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Allhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahiwafathunqarib

- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

#### **j. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

## ABSTRAK

*Syiva Difi Oktavianny, NPM: 1901270041 “Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe”, Pembimbing Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Penelitian ini termaksud penelitian field research dengan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Desain penelitian ini ialah analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe dengan jumlah nasabah sebesar 2.100. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin, sebesar 95 sampel. Proses pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22. Adapun hasil penelitian ini adalah Edukasi Digital Transaction (X) berpengaruh signifikan terhadap Cross Selling Nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe dikarenakan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $10.169 > 1.661$ ) dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0.000 < 0.05$ ). R-Square sebesar 52,7% besaran sumbangan Edukasi digital transaction terhadap Cross selling nasabah dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

***Kata Kunci : Edukasi Digital Transactions, Cross Selling Nasabah, Bank Syariah Indonesia.***

**ABSTRACT**

***Syiva Difi Oktavianny, NPM: 1901270041 "The Effect of Optimizing Digital Transaction Education on Customer Cross Selling at Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe", Supervisor Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M. University of Muhammadiyah North Sumatra.***

This study aims to test and analyze the effect of Digital Transaction Education Optimization on Customer Cross Selling at Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. This research includes field research with the research method used in this study is quantitative descriptive. The design of this study is simple linear regression analysis, classical assumption test and hypothesis test. The population in this study is Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe customers with a total of 2,100 customers. The sampling technique in this study used the slovin formula, amounting to 95 samples. The data processing process uses the SPSS program version 22. The results of this study are Digital Transaction Education (X) has a significant effect on Customer Cross Selling (Y) at Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe because  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $10,169 > 1,661$ ) and a significant level smaller than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). R-Square amounted to 52.7% of the amount of digital transaction education contribution to cross selling customers in this study, while the remaining 47.3% was influenced by other factors.

***Keywords : Digital Transactions Education, Cross Selling Customers, Bank Syariah Indonesia.***

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materi. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Yang tercinta orangtua penulis, Ayahanda **Dedi Ide Triatna** dan Ibunda **Fitri Wanty Sitepu, SE** selaku orang tua saya yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tiada hentinya.
2. Bapak **Prof. Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara..
3. Bapak **Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qarib, MA** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Zailani, S.PdI, M.A** selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Munawir Pasaribu, M.A** selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Dr. Rahmayati, SE.I M.E.I** selaku ketua program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak **Riyan Pradesyah, S.Ey., M.E.I** selaku sekretaris program studi Perbankan Syariah sekaligus Dosen Pembimbing Akademik (PA) penulis.

8. Ibu **Assoc. Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE. M.M** selaku dosen pembimbing penulis dalam menyusun skripsi, membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis demi menyelesaikan laporan penelitian ini.
9. Bapak **Taufik** selaku BOSM (*Branch Operation & Service Manager*) Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian kepada nasabah BSI Kabanjahe.
10. Terima kasih kepada seluruh Dosen Staf Pengajar dan Biro Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Kepada seluruh keluarga besar saya yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis terutama pada kakek saya **Sampalen Sitepu**, Bayang saya, Mama Tua saya **Jul Arwanta Sitepu**, **Mami Yanti**, Mama Uda saya **Bastian Cesar** dan adik-adik saya **Rendi** dan **Aldi**.
12. Kepada sahabat terbaik **Zihan**, **Tiara** dan **Thalita** yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman seperjuangan **Gossip Gurls (Nuriyani, Tasya, Natasya, Putri, Sahyu, Sabrina, Yuni, dan Mela)** yang sedari maba (mahasiswa baru) selalu bersama menemani penulis. Dan tak lupa teman-teman **PBS B1 Pagi Angkatan 2019** yang sama-sama berjuang dari awal perkuliahan.
14. Kepada pemilik NPM **2001270010 (Ibnu Khoir)** yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan Tugas Akhir. Terimakasih telah berkontribusi banyak dalam meluangkan tenaga, pikiran, materi maupun moril kepada penulis dan senantiasa sabar menghadapi saya.
15. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam hal apapun yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan untuk memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan kepada semua pihak yang membaca dan kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya dan Karunia-Nya, Aamiin Ya Rabbal'Alamin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Medan, 23 Mei 2023

Penulis

**Syiva Difi Oktavianny**

**NPM: 1901270041**

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| <b>ABSTRAK</b> .....                   | i   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....            | iii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                | vi  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....              | ix  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....             | x   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....         | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1   |
| B. Identifikasi Masalah.....           | 7   |
| C. Rumusan Masalah .....               | 7   |
| D. Tujuan Penelitian.....              | 7   |
| E. Manfaat Penelitian.....             | 7   |
| F. Sistematika Penulisan .....         | 9   |
| <b>BAB II LANDASAN TEORETIS</b> .....  | 10  |
| A. Kajian Pustaka .....                | 10  |
| 1. Cross Selling.....                  | 10  |
| 2. Edukasi Digital Transaction .....   | 14  |
| 3. Optimalisasi .....                  | 19  |
| 4. Bank Syariah.....                   | 21  |
| B. Penelitian Terdahulu .....          | 25  |
| C. Kerangka Pemikiran.....             | 30  |
| D. Hipotesis Penelitian .....          | 31  |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> ..... | 32  |
| A. Pendekatan Penelitian .....         | 32  |
| B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....   | 32  |
| 1. Lokasi Penelitian.....              | 32  |
| 2. Waktu Penelitian.....               | 32  |
| C. Populasi dan Sampel.....            | 33  |



|   |           |
|---|-----------|
| 1. Populasi.....  | 33        |
| 2. Sampel.....  | 33        |
| D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....     | 34        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                                  | 36        |
| F. Instrumen Penelitian.....                                      | 36        |
| 1. Uji Validitas .....  | 37        |
| 2. Uji Reliabilitas.....  | 37        |
| G. Uji Prasyarat.....   | 38        |
| 1. Uji Asumsi Klasik .....  | 38        |
| H. Teknik Analisis Data.....                                      | 40        |
| 1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....                        | 40        |
| 2. Uji Hipotesis .....  | 41        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                | <b>42</b> |
| A. Deskripsi Institusi.....                                       | 42        |
| 1. Sejarah singkat PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe ..... | 42        |
| 2. Kegiatan Operasional Perusahaan.....                           | 44        |
| 3. Struktur Organisasi.....                                       | 45        |
| B. Deskripsi Karakteristik Responden .....                        | 46        |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....         | 46        |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                  | 46        |
| 3. Deskripsi Variabel Penelitian.....                             | 47        |
| C. Hasil Penelitian .....   | 52        |
| 1. Statistik Deskriptif.....                                      | 52        |
| 2. Uji Kualitas Data .....  | 53        |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....  | 57        |
| 4. Analisis Linear Sederhana .....                                | 61        |
| 5. Uji Hipotesis .....  | 62        |
| D. Pembahasan .....   | 64        |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  | 65 |
| A. Kesimpulan.....          | 65 |
| B. Saran.....               | 65 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 66 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....       | 68 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel II-1. Penelitian Terdahulu .....  | 26 |
| Tabel III-1. Waktu Penelitian Kegiatan .....                                  | 33 |
| Tabel III-2. Indikator Penelitian.....  | 35 |
| Tabel III-3. Instrument Skala Likert .....                                    | 37 |
| Tabel IV-1. Jenis Kelamin .....   | 46 |
| Tabel IV-2. Usia.....   | 46 |
| Tabel IV-3. Presentasi Jawaban Responden Edukasi Digital Transaction (X)..... | 47 |
| Tabel IV-4. Presentasi Jawaban Responden Cross Selling Nasabah (Y).....       | 49 |
| Tabel IV-5. Descriptive Statistics .....                                      | 52 |
| Tabel IV-6. Uji Validitas Variabel Edukasi Digital Transactions (X).....      | 53 |
| Tabel IV-7. Uji Validitas Variabel Cross Selling Nasabah (Y).....             | 55 |
| Tabel IV-8. Hasil Uji Reliabilitas .....                                      | 57 |
| Tabel IV-9. Hasil Uji Autokorelasi.....                                       | 60 |
| Tabel IV-10. Hasil Uji Multikolineritas.....                                  | 61 |
| Tabel IV-11. Analisis Linear Sederhana.....                                   | 61 |
| Tabel IV-12. Uji T (Parsial).....   | 62 |
| Tabel IV-13. Uji R (Determinasi) .....  | 63 |

**DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar I-1. Data Transaksi Digital .....              | 5  |
| Gambar II-1. Skema Cross Selling Product Funding..... | 11 |
| Gambar II-2. Kerangka Pemikiran Penelitian .....      | 30 |
| Gambar IV-1. Makna Logo Bank BSI .....                | 43 |
| Gambar IV-2. Struktur Organisasi BSI.....             | 45 |
| Gambar IV-3. Histogram Normalitas.....                | 58 |
| Gambar IV-4. Scatterplot Model.....                   | 59 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Darmawan & Mulyani (2015) optimalisasi merupakan proses pencarian solusi yang terbaik dengan keadaan yang ada, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya. Menurut Siringoringo (2005) ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi yaitu tujuan, alternatif keputusan, dan sumberdaya yang dibatasi.

Elemen pertama adalah tujuan, tujuan bisa berbentuk maksimisasi atau minimisasi. Bentuk maksimisasi digunakan jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan keuntungan, penerimaan dan sejenisnya. Bentuk minimisasi akan dipilih jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan biaya, waktu, jarak dan sejenisnya. Penentuan tujuan harus memperhatikan apa yang diminimumkan atau maksimumkan. Selanjutnya adalah elemen alternatif keputusan. Pengambilan keputusan dihadapkan pada beberapa pilihan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Alternatif keputusan yang tersedia tentunya alternatif yang menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambil keputusan. Alternatif keputusan merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Terakhir adalah elemen sumberdaya yang dibatasi. Sumber daya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumber daya ini terbatas, keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkan proses optimalisasi (Alfarizi, Hanum, and Hidayat 2021).

Dalam proses edukasi transaction berbasis digital untuk mencapai optimalisasi banyak hal yang harus diperhatikan terutama dalam menyusun rencana perluasan pengguna transaksi digital akan menjadi landasan di dalam

proses pengoptimalan berjalan. Optimalisasi pengguna digital transaction merupakan upaya untuk memaksimalkan jumlah pengguna transaksi berbasis digital.

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi pula dengan tumbuhnya minat masyarakat untuk mengetahui segala bentuk aktivitas perbankan dengan teknologi yang modern, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk bertransaksi keuangan dengan cepat dan tepat. Peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital sebagaimana layaknya perusahaan selalu berusaha menghasilkan pendapatan. Perkembangan teknologi yang cepat telah membawa kehidupan masyarakat dunia memasuki era baru yang sering disebut era revolusi industri 4.0. Suatu perubahan revolusi yang mengubah segala kebutuhan apapun agar bisa terlayani dalam satu aplikasi disebut dengan digitalisasi, digitalisasi ini dapat membantu masyarakat melakukan segala kebutuhan dan aktivitasnya dengan mudah (Satrio Ronggo Buwono, Abubakar, and Handayani 2022).

Menurut Siti Zawiyah (2019) Digitalisasi layanan perbankan seperti e-banking yaitu salah satu pembaruan layanan dari bank dengan memakai keuntungan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan nasabah dalam memudahkan bertransaksi. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Digitalisasi dalam dunia perbankan berperan penting dan sebuah keharusan untuk merubah pola pikir. Akibat dari adanya digitalisasi, nasabah dapat mengakses sesuatu dengan cepat, efisien, fleksibel dimanapun dan kapanpun. Pemanfaatan berbagai teknologi di bidang layanan keuangan telah membawa perubahan yang signifikan pada perbankan industri (Luthfiatussa et al. 2023).

Perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah digital mendorong perbankan mengakselerasi proses transformasi menuju perbankan digital. Secara total, transaksi digital di seluruh dunia sejak tahun 2017-2021 tumbuh sebesar 118%, dari USD 3,09 triliun pada tahun 2017 menjadi USD 6,75 triliun pada tahun

2021. Di Indonesia sendiri, perkembangan transaksi digital tumbuh jauh lebih baik, yakni sebesar 1.556% dalam kurungan tahun 2017-2020. Tuntutan digitalisasi perbankan diperkuat oleh berbagai faktor pendorong perkembangan bank digital di Indonesia, mengingat Indonesia merupakan perekonomian yang berpotensi besar untuk menyerap arus digitalisasi (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2022).

Faktor pendorong tersebut adalah pantulan dalam tiga aspek utama yaitu: peluang digital (*digital opportunity*), perilaku digital (*digital behavior*) dan transaksi digital (*digital transaction*). Peluang digital antara lain meliputi potensi demografis, potensi ekonomi dan keuangan digital, potensi penetrasi penggunaan internet serta potensi peningkatan konsumen. Perilaku digital diantaranya meliputi kepemilikan gawai dan penggunaan aplikasi seluler (*mobile apps*). Transaksi digital meliputi transaksi perdagangan online (*e-commerce*), transaksi digital banking dan transaksi uang elektronik. Inovasi digital yang dapat dilakukan melalui fintech yang diterapkan melalui produk-produk secara digital (Satrio Ronggo Buwono, Abubakar, and Handayani 2022).

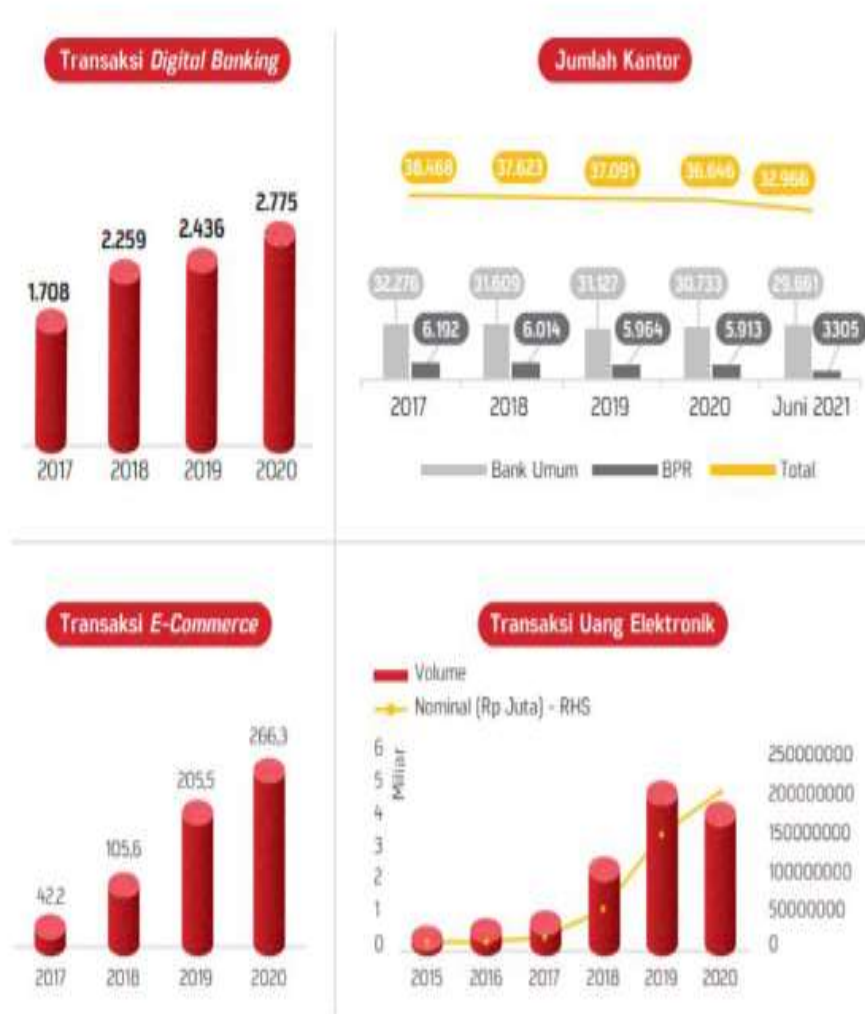
Fintech (*financial technology*) memiliki keunggulan dalam kecepatan layanan dan kemudahan menangani pelanggan sehingga ekspektasi dan kebutuhan pelanggan dapat terlayani dengan lancar. Salah satu produk transformasi digital dari dunia perbankan saat ini yang telah tersedia yaitu *e-money*, *e-wallet*, internet banking dan mobile banking. Financial Technology (Fintech) atau teknologi keuangan merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern di sektor keuangan dan telah menjadi tren sejak tahun 2010. Umumnya, diketahui sebagai fintech yang bergerak pada segmen *start-up*, jumlah yang terus meningkat. Sebagai aturan, investasi ventura dan *crowdfunding* digunakan untuk membiayai perusahaan-perusahaan fintech (Studi et al. 2020).

Fintech akan membantu bank syariah untuk menjangkau seluasnya nasabah untuk bertransaksi di bank syariah sehingga sekaligus mempromosikan nilai syariah dan etika bank syariah. Langkah selanjutnya adalah membantu nasabah menggunakan aplikasi bank syariah yang dapat diunduh oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara online secara real-time khususnya nanti pada segmentasi pembiayaan. Tindakan ini akan mengarah pada sistem online lebih banyak oleh nasabah dan meningkatkan pangsa pasar bank syariah. Dampak langsungnya adalah pengurangan biaya kepada nasabah dan mempercepat proses pelayanan pada pengajuan produk pembiayaan di bank syariah. Beberapa bank mulai menggunakan berbagai platform media sosial untuk menyampaikan, memperkenalkan dan mensosialisasikan berbagai fitur perbankan (Studi et al. 2020).

Perbankan juga membuka layanan keluhan konsumen dan mendorong komunikasi dua arah yang interaktif, sehingga konsumen merasa lebih diperhatikan dan dihormati. Penggunaan smartphone oleh masyarakat mengubah cara bertransaksi dari manual menjadi digital. Pelayanan yang lebih cepat dari industri perbankan, serta efisiensi waktu dan biaya baik dari segi operasional perbankan maupun nasabah. Dalam digital transaction memiliki dampak positif yang paling signifikan yang muncul akibat transformasi digital yang dilakukan pihak perbankan. Pertama, meluasnya aksesibilitas perbankan. Kedua, meningkatkan daya saing perbankan Indonesia. Dalam digital transaction meningkatkan kemudahan akses perbankan bagi masyarakat serta meningkatkan efisiensi perbankan sehingga akan mendorong peningkatan aktivitas perekonomian (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2022).



Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh OJK dan data yang dipublikasikan oleh BI pada tahun 2021, diketahui bahwa secara umum transaksi perbankan secara digital mengalami peningkatan sebagai berikut:



**Gambar I-1. Data Transaksi Digital**

Dalam sistem pemasaran *cross selling* sangat penting dalam meningkatkan omzet penjualan dan pelayanan terhadap nasabah. Manfaat dari digital transaction adanya pelayanan *cross selling*, yaitu: meningkatkan penjualan, sarana untuk mengurangi biaya penjualan, membantu untuk promosi produk, membantu hubungan baik dengan pelanggan, membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan kemudahan dan fleksibilitas pelanggan.

Strategi pemasaran *cross selling* adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan penjualan *additional products* dan layanan kepada pelanggan yang telah membeli sesuatu dari perusahaan. Perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menetapkan *additional product* dari produk utamanya.

*Cross selling* merupakan penjualan lebih dari satu macam produk bank kepada satu nasabah. Dalam industri perbankan, penjualan beberapa produk kepada nasabah tertentu merupakan hal yang terus menerus diusahakan dan tidak boleh diabaikan karena merupakan kegiatan yang sangat penting dan dianggap faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang tujuan akhirnya meningkatkan pendapatan bank. Melalui *cross selling* dapat dijalin hubungan antara bank dengan nasabah harus yang bersifat sejajar (*the parallel style*) karena sifat hubungan itu saling menerima dan memberi sehingga dapat bersama-sama memecahkan masalah. Intinya, konsep *Cross selling* ditujukan agar nasabah tergantung dengan bank dan pihak bank sendiri dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Nuryadin 2001).

Dengan mengetahui akan pentingnya peran teknologi digital dalam layanan perbankan perlu mengikuti perkembangan teknologi saat ini sehingga dapat menarik nasabah serta meningkatkan kualitas pelayanan. Perbankan Syariah juga wajib tampil modis, mempunyai sudut pandang yang global dan memiliki layanan yang berbasis digital. Oleh karena berkembangnya teknologi saat ini dengan pesat, maka masyarakat pun menginginkan layanan keuangan yang dapat diakses dimanapun serta dalam proses kegiatan *cross selling* memberikan kualitas pelayanan yang baik diikuti dengan memperkenalkan dan menawarkan produk. Tetapi pada kenyataannya, adanya pelayanan *cross selling* tidak berdampak pada penjualan produk. Maka butuh strategi mengingat pentingnya *cross selling* nasabah memprediksi peningkatan pendapatan dalam *digital transaction* pada perusahaan, dengan demikian penulis tertarik mengangkat judul dalam penulisan laporan ini yaitu **“Pengaruh Optimalisasi Edukasi**

## **Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe”.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan teknologi digital terhadap nasabah.
2. Belum maksimalnya kualitas pelayanan sistem *cross selling* terhadap nasabah dalam kegiatan digital transaction.
3. Perlunya percepatan digital kepada nasabah dalam mengubah cara bertransaksi dari manual menjadi digital.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian masalah diatas, dapat dikemukakan rumusan masalah yang akan diteliti adalah: “Apakah Optimalisasi Edukasi *Digital Transaction* berpengaruh terhadap *Cross Selling* Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe?”

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian yang akan dilakukan terkait dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh optimalisasi edukasi *digital transaction* terhadap *cross selling* nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini saya harapkan bisa berguna terhadap banyak pihak, antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan tentang kajian perbankan syariah khususnya dalam

kegiatan *cross selling* serta menambah wawasan dan sebagai bahan informasi maupun referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sebagai bahan bacaan untuk menggali informasi seputar Bank Syariah.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang pengaruh Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.

### b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan acuan mengenai pencapaian yang dilakukan oleh pihak perusahaan, pengambilan keputusan dan meningkatkan kualitas Bank Syariah melalui optimalisasi edukasi digital transaction terhadap *cross selling* nasabah.

### c. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan serta mengkaji maupun menjadi inspirasi mengembangkan khususnya pada optimalisasi edukasi digital transaction dan *cross selling* nasabah agar dapat dijadikan sebagai perbandingan untuk penulisan sejenis berikutnya.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini disajikan dalam 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang disusun penulis dalam memudahkan penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORETIS**

Bab ini berisi kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu yang mendukung dan menjabarkan deskripsi teori-teori dari hasil penelitian yang relevan serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan dikemukakan dalam penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu waktu penelitian, populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data yang dipakai dalam mengadakan penelitian yang berhubungan dengan judul skripsi.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang uraian penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian dan pembahasan terdiri dari jawaban hipotesis yang diteliti serta menginterpretasikan hasil analisis datayang diperoleh dari uji statistik.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran mengenai pengaruh optimalisasi edukasi digital transaction terhadap cross selling nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Cross Selling**

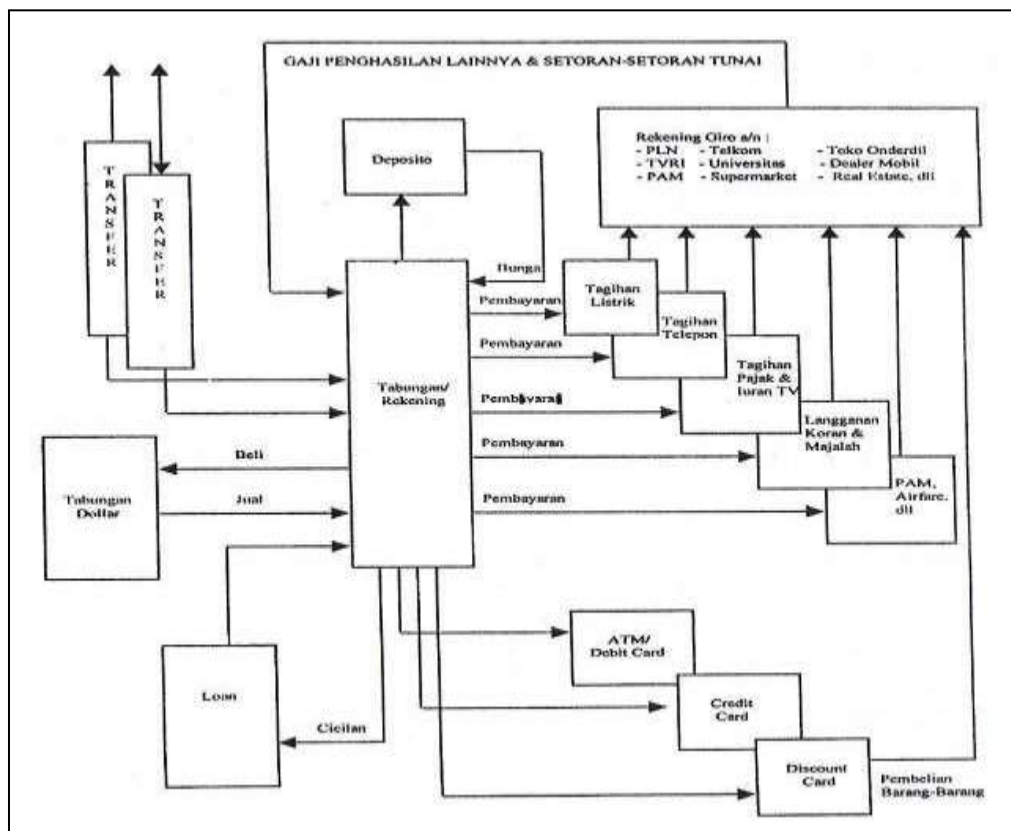
###### **a. Pengertian Cross Selling**

Cross selling merupakan penjualan lebih dari satu macam produk bank kepada satu nasabah. Dalam industri perbankan, penjualan beberapa produk kepada nasabah tertentu merupakan hal yang terus menerus diusahakan dan tidak boleh diabaikan. Cross selling merupakan kegiatan yang sangat penting dan dianggap faktor kunci dalam mempertahankan maupun meningkatkan pangsa pasar yang tujuan akhirnya meningkatkan pendapatan bank. Melalui cross selling dapat dijalin hubungan antara bank dengan nasabah harus yang bersifat sejajar (*the parallel style*) karena sifat hubungan itu saling menerima dan memberi sehingga dapat bersama-sama memecahkan masalah. Intinya, konsep Cross selling ditujukan agar nasabah tergantung dengan bank dan pihak bank sendiri dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Nuryadin 2001).

Pada dasarnya metode cross selling adalah suatu metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Dalam dunia perbankan cross selling secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, secara khusus kegiatan cross selling dapat diwakili oleh *customer service*. Cross selling di desain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan mengurangi kemungkinan berpindahnya konsumen ke perusahaan lain (mempertahankan pelanggan). Metode cross selling yaitu memikat dan memberikan manfaat baik kepada penjual maupun pembeli. Di satu sisi, para nasabah mendapatkan keuntungan karena dapat menggunakan waktunya secara efisien dengan melakukan negosiasi. Di sisi lain, pihak

perusahaan dapat lebih memusatkan perhatiannya pada hal-hal seperti pelayanan, memelihara hubungan baik dan mencari peluang baru untuk memperluas bisnis dengan nasabah yang baru (Produk and Duke 2007).

Dalam upaya optimalisasi cross selling diperhatikan antara satu produk dengan produk lainnya ada keterikatan (*related product*). Secara garis besar, related product bank untuk dilakukan cross selling dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar II-1. Skema Cross Selling Product Funding**

## b. Unsur-unsur Cross Selling

### 1. Produk Knowledge

Dalam ini meningkatkan penawaran terhadap produk yang dimiliki kepada nasabah dalam bisnis sangat penting agar nasabah mengetahui dengan baik produk yang akan dibeli dan digunakan serta meningkatkan kualitas dalam hal menawarkan sebuah produk jika

produk dijual kembali. Product knowledge merupakan pengetahuan tentang produk. Beberapa hal yang perlu diketahui dari sebuah produk ialah:

- 1) Jenis produk, berupa produk dan informasi untuk meningkatkan penghasilan, telekomunikasi dan sebagainya.
- 2) Manfaat produk, manfaat yang akan diperoleh dari sebuah produk yang akan dibeli dan digunakan oleh nasabah.
- 3) Media untuk memasarkan produk, media sangat membantu untuk memasarkan produk, selain memasarkan secara langsung (tatap muka) kepada nasabah. Maka perlu diketahui juga media apa saja yang dapat digunakan.
- 4) Target pasar, jika telah mengetahui tentang produk maka akan dapat mengetahui serta menentukan target pasar dalam menawarkan sebuah produk.

## **2. Knowing Your Customer**

Knowing Your Customer (KYC) diperlukan untuk meminimalisir kemungkinan risiko yang akan timbul seperti operational risk, legal risk, concentration risk dan reputation risk. Dari segi bisnis prinsip KYC memberikan manfaat yang besar bagi bank, yaitu dengan mengenal nasabah maka akan dapat dengan mudah diawasi perkembangan portofolionya sehingga dapat meningkatkan potensi cross selling. Prinsip KYC ini walaupun tujuan utamanya untuk mengidentifikasi transaksi mencurigakan (*suspicious transactions*) dalam rangka mengantisipasi praktek-praktek pencurian uang (*money loundring*) tetapi bisa juga digunakan untuk melakukan *client profiling* yang tentunya akan berguna dalam memberikan pelayanan yang berbeda pada nasabah yang berbeda, juga berguna untuk mengetahui karakter sifat dari kebanyakan nasabah.



### 3. Service Excellence

Menjalin hubungan dengan nasabah adalah tanggung jawab pekerja seperti customer service. Tetapi sesungguhnya setiap pekerja di level manapun harus bisa menjalin hubungan baik dengan nasabah karena kalau salah satu level manajemen dan perusahaan tidak memahami bagaimana mengelola hubungan dengan nasabah, maka kerja keras yang dilakukan tim marketing untuk memperoleh nasabah akan menjadi sia-sia.

#### c. Proses Cross Selling

Proses terjadinya cross selling dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

##### 1) Cross selling atas dasar inisiatif nasabah

Keputusan untuk melakukan cross selling bagi nasabah dapat terjadi karena kepuasan yang diperoleh nasabah tersebut ketika berhubungan dengan suatu bank, sehingga terdapat keinginan untuk menikmati produk-produk lain yang ditawarkan. Kepuasan ini sangat berhubungan dengan kualitas pelayanan. Untuk itu agar inisiatif cross selling nasabah timbul, mutlak diperlukan peningkatan pelayanan. Dalam hal ini bank tidak bisa hanya mengandalkan pelayanan standart karena nasabah menuntut lebih. Kepuasan (*satisfaction*) merupakan bentuk evaluasi kinerja keseluruhan berdasarkan semua pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi produk (jasa) yang berkaitan dengan perusahaan.

##### 2) Cross selling atas dasar inisiatif bank

Berdasarkan perkembangan gaya hidup dan pola pikir masyarakat yang semakin maju, bank tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi tetapi lebih dari itu bank saat ini berfungsi sebagai pusat penyedia jasa berbagai layanan keuangan. Hal ini memberikan peluang bagi bank untuk menciptakan dan menawarkan berbagai ragam produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

#### d. Dasar Hukum

Adapun dasar hukum yakni landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dalam Surah An-Nisa: 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Ayat ini memberikan pemahaman jual beli atau perniagaan tidak dapat melepaskan unsur keridhaan atau saling rela antara penjual dan pembeli. Hal ini artinya bahwa jual beli yang tidak diiringi dengan kerelaan dilarang oleh Al-Qur'an (Surah An-Nisa Ayat 29 n.d.).

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟  
قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ { رَوَاهُ الْبُزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

(HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)

Dari hadist di atas dapat kita pahami bahwa jual beli yang mendapatkan berkah dari Allah SWT adalah jual beli yang jujur, yang tidak curang, tidak mengandung unsur penipuan dan penghianatan serta jual beli yang dilakukan itu adalah jual beli yang didasarkan atas suka sama suka (HR. Al-Bazzar dan disahihkan oleh Al-Hakim n.d.).

## 2. Edukasi Digital Transaction

### a. Digital Transaction

Berdasarkan UU ITE transaksi digital adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan media elektronik lainnya (Firmansyah, 2017) atau dalam kata lain suatu aktivitas yang dilakukan yang dapat menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dimiliki menggunakan aplikasi online yang terkoneksi melalui jaringan internet dimana konsumen dan pelaku bisnis dapat dengan mudah berinteraksi secara langsung.

Definisi *digital transaction* menurut OJK “Layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data

nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanannya. Komponen yang dibutuhkan dalam *digital transaction*, yang pertama butuh adanya *transaction ecosystem*, siapa yang menjadi target market. Komponen kedua yaitu *user experience*, memberikan pelayanan melalui teknologi digital. Pengalaman nasabah menggunakan aplikasi lalu memberikan pelayanan melalui edukasi kepada nasabah dalam menangani keluhan. Komponen ketiga *digital security* yaitu tugas dari bank untuk menyediakan kemampuan *cyber security* dan *IT security* untuk melindungi data nasabah dan data transaksi. Selanjutnya komponen data analytic, dengan teknologi digital menggunakan data yang ditangkap dari proses transaksi untuk memahami apa kebutuhan nasabah (Mncntrijaya.com 2022).

## **b. Fintech (Financial Technology)**

### **1) Fintech (Financial Technology) Perbankan Syariah**

Di Indonesia perkembangan teknologi didasarkan pada fase-fase yang berbeda, namun integrasi teknologi ini dengan model syariah masih sangat terbatas. Industri perbankan Indonesia dan departemen lain yang beroperasi dengan model syariah harus meningkatkan kualitas layanan untuk mempertimbangkan integrasi layanan keuangan yang sesuai syariah. Layanan yang telah hadir di industri keuangan untuk memenuhi kebutuhan setiap segmen nasabah dapat diandalkan. Model operasional kualitas layanan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik dan keandalan layanan dapat ditingkatkan dari waktu ke waktu (Mujiatun, Effendi, and Badawi 2022).

Pesatnya pertumbuhan inovasi teknologi telah memicu tumbuhnya inovasi teknologi di industri keuangan. Di Indonesia, *financial technology* mulai tumbuh subur dengan munculnya banyak start-up *financial technology* yang mulai meramaikan pasar. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, prospek industri fintech syariah di Indonesia tampak sangat baik. Secara keseluruhan, fintech di

Indonesia memiliki potensi besar karena dapat memberikan solusi untuk kebutuhan mendesak yang tidak dapat disediakan oleh lembaga keuangan tradisional. Selain itu, ledakan dalam penetrasi seluler (70% penduduk menggunakan ponsel untuk mengakses web) di negara ini telah menciptakan lahan subur bagi peningkatan pesat industri fintech.

Menurut Bank Indonesia (2016) *Financial technology* (fintech) merupakan inovasi layanan keuangan dengan menggunakan teknologi agar masyarakat dapat dengan mudah mengakses produk dan layanan keuangan serta melemahkan *barrier to entry*. Konsep fintech tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan dapat memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia, yaitu payment channel system, digital banking, online digital insurance, Peer to Peer (P2P) Lending serta *crowd funding*. Berdasarkan hal tersebut bahwa perhatian perbankan syariah terhadap peluang-peluang yang diperoleh dari penggunaan fintech tersebut merupakan hal yang begitu penting untuk memperluas pasar perbankan syariah, dimana kesempatan tersebut didukung dari produk-produk perbankan syariah yang dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat (Mujiatun et al. 2022).

Fintech atau teknologi keuangan adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern di sektor keuangan. Terdapat dua alasan utama munculnya perusahaan fintech. Pertama, krisis keuangan global tahun 2008, dengan jelas menunjukkan kepada konsumen kekurangan sistem perbankan tradisional yang menyebabkan krisis. Kedua, munculnya teknologi baru yang membantu menyediakan mobilitas, kemudahan penggunaan (visualisasi informasi), kecepatan dan biaya layanan keuangan yang lebih rendah. Fintech berhasil membangun dirinya sebagai bagian dalam sektor jasa keuangan. Namun, tidak seperti penyedia layanan keuangan tradisional

dalam segmen fintech hampir secara eksklusif menggunakan teknologi *state of the art* dan perangkat lunak berbasis internet, untuk memenuhi kebutuhan para customers. Meskipun demikian, segmen fintech mencakup banyak elemen, yang menurut Dortfleitner et al. (2017: 34-36) dapat dikategorikan ke dalam empat segmen utama yaitu financing, manajemen aset, pembayaran dan fintech lain.

## **2) Kualitas Pelayanan Fintech Terhadap Bank Syariah**

*Financial Technology* (fintech) memaksa industri perbankan syariah untuk berbenah diri. Fintech tidak saja melayani pembayaran, pembiayaan atau jasa keuangan lain sebagaimana bisnis tradisional perbankan. Dengan kecanggihan teknologi dan inovasi yang tiada henti, dengan fintech maka bank syariah dapat menjangkau nasabah yang selama ini tidak punya akses ke sistem perbankan syariah.

Fintech dengan konsep teknologi mencakup pengembangan kualitas sumber daya manusia serta pengembangan sumber daya fisik, terkait dengan perbaikan teknologi perbankan, inovasi produk, inovasi sistem kerja serta hal-hal lain terkait teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas.

Apabila Indonesia ingin mengembangkan Islamic Financial System, maka harus memilih teknologi sosial-ekonomi berdasarkan pengetahuan epistemologi Islam (Sayuti, 2011). Kekuatan Fintech ini seiring dengan hubungan dengan kualitas di perbankan syariah, dimana kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001).

### 3) Tantangan Fintech

Adapun tantangan-tantang fintech, yaitu:

- a) Regulasi belum matang, aturan tumpang-tindih, berpotensi menimbulkan penyelewengan (contoh: *shadow banking*, MLM, *money game*, dll).
- b) Fintech membawa inovasi yang bersifat “merusak” (*disruptive*), berpotensi membuat air menjadi keruh.
- c) Percepatan problem klasik teknologi: polarisasi pekerja akibat disintermediasi (*job polarisation*), melebarkan *digital divide* dan “pengkultusan” sebagai jalan potong (*shortcut*) pertumbuhan ekonomi.

### 4) Proses Bisnis Fintech

- a) *Peer-to-peer lending* (P2P *lending*) adalah metode pendanaan/pembiayaan yang memungkinkan seseorang melakukan menerima atau melalui institusi perbankan memberikan pinjaman. Peminjam mengambil skema pinjaman dari perusahaan P2P *lending*. Perusahaan akan menjodohkan peminjam dengan investor (pemberi pinjaman) yang sesuai.
- b) Investor memutuskan untuk memberi atau tidak memberi pinjaman berdasarkan profiling yang dilakukan oleh P2P *lending*.
- c) Investor dapat memilih untuk mendanai sebagai atau seluruh kebutuhan dana yang diminta oleh pemimpin. Satu project/skema pendanaan dapat didanai oleh satu atau lebih investor yang berbeda.
- d) Dengan teknologi komunikasi, internet, big data, dsb. P2P *lending* dapat menghubungkan peminjam dengan investor secara lebih cepat dan lebih murah dibandingkan perbankan konvensional.

Industri fintech layanan peer-to-peer (p2p) lending di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dibandingkan awal tahun lalu. Otoritas Jasa Keuangan melaporkan saat ini sedikitnya terdapat sekitar 85 perusahaan p2p lending yang beroperasi di seluruh Indonesia dengan penyaluran kredit sebesar Rp 1,6 triliun pada kuartal ke-3/2017 atau naik lebih dari 600% YoY.

Fintech bersinergi dengan perbankan, sesungguhnya menjadi kunci bagi inklusi keuangan untuk penguatan ekonomi nasional. Model bisnis platform p2p lending seperti misalnya Modalku, tidak sama dengan perbankan dan keduanya hanya memiliki kesamaan produk yang terbatas, namun demikian sejatinya saling melengkapi. Perkembangan teknologi, seperti artificial intelligence dan automation, dapat menghilangkan sebagian pekerjaan yang dahulu dilakukan secara konvensional terlepas dari keberadaan tekfin, bukan berarti layanan tekfin kemudian akan menggerus bank (Wijaya, 2018).

### **3. Optimalisasi**

#### **a. Definisi Optimalisasi**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia tahun (2012), optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti yang terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, pembuatan mengoptimalkan (menjadi paling baik, paling tinggi dan sebagainya). Sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem atau keputusan) menjadi lebih atau sepenuhnya sempurna, fungsional atau lebih efektif.

Menurut Machfud Sidik berkaitan dengan optimalisasi suatu tindakan atau kegiatan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan. Berdasarkan pengertian konsep dan teori diatas, bahwa optimalisasi adalah suatu proses melaksanakan program yang telah direncanakan dengan terencana

guna mencapai tujuan dan target sehingga meningkatkan kinerja secara optimal (Alfarizi, Hanum, and Hidayat 2021).

### **b. Tujuan Optimalisasi**

Berdasarkan makna optimalisasi yakni mengoptimalkan apa yang sudah ada berarti bisa disimpulkan tujuan optimalisasi adalah sebagai berikut:

- 1) Memperoleh hasil lebih baik.
- 2) Tidak perlu menambah modal atau dana.
- 3) Menghemat waktu.
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang sudah ada.
- 5) Mempercepat selesainya pekerjaan.

### **c. Elemen Optimalisasi**

Ada beberapa indikator dalam melakukan optimalisasi diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Tujuan**

Tujuan bisa berbentuk maksimisasi atau minimisasi. Bentuk maksimisasi digunakan jika tujuan pengoptimalan berhubungan keuntungan, penerimaan dan sejenisnya. Bentuk minimisasi akan dipilih jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan biaya, waktu, jarak dan sejenisnya. Penentuan tujuan harus memperhatikan apa yang diminimumkan atau maksimumkan.

#### **2. Alternatif Keputusan**

Pengambilan keputusan dihadapkan pada beberapa pilihan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Alternatif keputusan yang tersedia tentunya alternatif yang menggunakan sumberdaya terbatas yang



dimiliki pengambilan keputusan. Alternatif keputusan merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan.

### 3. Sumberdaya yang dibatasi

Sumberdaya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumberdaya ini terbatas. Keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkan proses optimalisasi bagi para pelaksana.

#### **d. Manfaat Optimalisasi**

Manfaat optimalisasi dapat dilihat dari upaya mengetahui tujuan, mengidentifikasi berbagai kendala dan memberi solusi yang lebih tepat serta dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka proses optimalisasi edukasi *digital transaction* untuk mencapai target dan realisasi, maka diperlukan penyusunan rencana strategi *cross selling* nasabah yang pada akhirnya akan menjadi dasar dalam mengimplementasikan *cross selling*. Oleh karena itu optimalisasi sebagai usaha untuk meningkatkan kegiatan yang diharapkan dapat mewujudkan keuntungan yang diinginkan dan dikehendaki yaitu, mengidentifikasi tujuan, mengatasi kendala, pemecahan masalah yang lebih tepat dan dapat diandalkan serta pengambilan keputusan yang lebih cepat.

## **4. Bank Syariah**

### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang-orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan untuk menyimpan dana yang dimiliki. Adapun pengertian bank dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya, dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Dr. Kasmir 2014).

Dalam kamus istilah, Fockema Andrea, disebutkan bahwa bank adalah suatu lembaga atau orang pribadi yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan memberikan uang dari dan kepada pihak ketiga. Dapat diartikan bahwa bank merupakan tempat menghimpun dana masyarakat, baik perseorangan, badan usaha dan lembaga pemerintah yang menyimpan dananya kepada pihak kedua, dan akan disalurkan kepada masyarakat, baik berupa kredit maupun lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak atau yang disebut dengan *financial intermediary*.

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mendefinisikan tentang Perbankan Syariah dan Bank Syariah. Dalam pasal ayat (1) bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya. Adapun bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan pembiayaan bank syariah.

Undang-Undang tentang perbankan syariah mendefinisikan institusi perbankan syariah, sebagai berikut:

1. Bank umum syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
3. Unit usaha syariah, selanjutnya disebut USS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari

kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah (Waldi Nopriansyah, S.H.I. and M. Unggul. S.Sy).

#### **b. Sejarah Bank Syariah**

Pengurus besar Muhammadiyah periode 1937-1944 K.H. Mas Mansur, berpendapat bahwa penggunaan jasa bank konvensional sebagai hal yang terpaksa dilakukan oleh umat Islam karena umat Islam belum mempunyai bank sendiri yang bebas riba. Ide untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak pertengahan 1970-an. Wacana ini dibicarakan saat seminar nasional hubungan Indonesia dengan Timur Tengah pada 1974 dan 1976 dalam seminar Internasional yang dilaksanakan oleh Lembaga Studi Ilmu-ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan Yayasan Bhineka Tunggal Ika. Namun ide bank syariah tersebut terhambat dalam hal pengoperasian prinsip bagi hasil yang belum diatur dalam Undang-Undang Pokok Perbankan yang berlaku UU No 14 Tahun 1976. Di samping itu, hambatan lain dari segi politik berkenaan dengan konsep bank syariah yang erat hubungannya dengan negara Islam.

Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia, yang lahir dari hasil kerja tim perbankan MUI. Akta pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada 1 November 1991. Saat itu terkumpul saham sebesar RP 84 miliar. Pada tahun 1998 era Presiden Soeharto, Indonesia mengalami krisis moneter yang menghancurkan bank-bank konvensional, banyak bank yang tutup karena krisis moneter tersebut, akan tetapi hanya bank muamalat yang tidak terpengaruh oleh krisis karena bank muamalat tidak mengikuti suku bunga melainkan melakukan sistem bagi hasil.

Lahirnya Undang- Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah akan menguji sejauh mana pelaku perbankan syariah bisa mengakselerasi peningkatan kualitas kinerjanya dalam membangun perekonomian nasional setelah memiliki payung hukum. Proses berdirinya bank syariah tidaklah mudah. Ada fase-fase yang harus dilalui

guna menyesuaikan kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat Muslim, yang sudah lama mengenal bank konvensional. Di samping itu masyarakat Indonesia belum memahami sistem yang ada di perbankan syariah atau perbankan yang berbasis Islam. Oleh karena itu sistem perbankan syariah harus diperbaiki agar masyarakat lebih memahami dan tertarik pada sistem yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

### **c. Tujuan dan Fungsi Perbankan Syariah**

#### **1. Tujuan Perbankan Syariah**

Tujuan perbankan syariah dalam ketentuan Pasal 3 UU No 21 Tahun 2008, yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bahwa untuk mencapai tujuan pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara menyeluruh (*kaffah*) dan konsisten (*istiqamah*). Artinya implementasi prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank syariah harus dilaksanakan secara *kaffah* dan *istiqamah*, sehingga dapat tercipta keadilan, kebersamaan dan pemerataan dalam kegiatan ekonomi.

Lembaga perbankan syariah strategis untuk mencapai tujuan pembangunan nasional, maka pembinaan dan pengawasan efektif perlu dilakukan dengan berlandaskan yang kukuh agar lembaga keuangan di Indonesia mampu berfungsi secara efisien, sehat, wajar dan mampu menghadapi persaingan bersifat global, mampu melindungi secara baik dana yang dititipkan masyarakat serta mampu menyalurkan dana masyarakat tersebut ke bidang-bidang yang produktif bagi pencapaian sasaran pembangunan.

Adapun tujuan dari pengembangan perbankan syariah di Indonesia, antara lain:

- a. Untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga. Dilakukan agar mobilisasi dana masyarakat dapat dilakukan lebih optimal bagi segmen masyarakat

yang selama ini belum tersentuh oleh sistem perbankan konvensional.

- b. Peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan (*mutual investor relationships*).
- c. Kebutuhan produk dan jasa perbankan yang memiliki keunggulan yang unik berdasarkan pada nilai-nilai moral (peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan/*per-pectual interest effect* dan mencegah terjadinya kerusakan lingkungan dan kerusakan moral).

## **2. Fungsi Perbankan Syariah**

Sebagai *financial intermediary* dengan kegiatan usaha pokok menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Selain fungsi pokok tersebut, bank syariah juga menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitulmal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat. Mengenai ketentuan tersebut, fungsi intermediasi baru dapat berjalan dengan baik apabila kedua pihak memiliki kepercayaan terhadap bank. Karena, bank disebut sebagai lembaga kepercayaan. Tanpa kepercayaan masyarakat dipastikan fungsi intermediasi tidak berjalan dalam lalu lintas sistem pembayaran atau layanan jasa, baik secara tunai maupun nontunai seperti cek, giro, inkaso, transfer, kliring, ATM dan kartu kredit.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe” merupakan penelitian yang dapat memperkaya teori dalam kajian penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa rujukan pada penelitian terdahulu dan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel II-1. Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti  | Judul Peneliti  | Hasil Penelitian  |
|-----|--|---|---|
| 1   | Endang Nuryadin  | Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank melalui Optimalisasi <i>Cross Selling</i> terhadap Pelanggan | Hasil penelitian ini menunjukkan salah satu upaya untuk menciptakan <i>income</i> pada kondisi krisis adalah dengan memperdayakan sumber ( <i>existing customer</i> ) dan menawarkan produk yang masih memungkinkan untuk dijual. Dengan ini, pendapatan bank akan bertambah dan mempererat hubungan bank dan nasabah serta upaya optimalisasi <i>cross selling</i> dapat dilakukan dengan pengolahan data nasabah ( <i>customer based</i> ). |
| 2   | Tarmizi dan J Firmansyah (2020)                            | Sistem Penjualan Online dengan Strategi Pemasaran Cross Selling                                 | Hasil penelitian ini menunjukkan sebuah aplikasi sistem informasi penjualan online yang diharapkan dapat menjangkau luas penjualan di daerah lain serta mempermudah metode pemasaran melalui via sosial media dalam memberikan pelayanan yang mudah dan akurat.   |
| 3   | Pipit Putri Hariani MD, Rahmayati dan Siti Mujiatun (2020) | Model Bisnis <i>Islamic Financing Technology</i>  | Hasil penelitian ini menunjukkan penawaran model bisnis penyaluran produk pembiayaan di bank syariah dengan   |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|   |  | <i>Product</i> Bank Syariah di Kota Medan                                       | mengimplementasikan <i>financial technology</i> (fintech) pada proses pembiayaan di bank syariah mempercepat proses pelaksanaan pembiayaan kepada nasabah dengan proses analisis yang lebih tepat, cepat, akurat dan sekaligus sosialisasi <i>product knowledge</i> bagi masyarakat yang ingin mengetahui produk dan prosedur pembiayaan tersebut karena dapat diakses sumber informasi dari nasabah.  |
| 4 | Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim dan Abristadevi (2023) | Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia | Hasil penelitian ini menunjukkan strategi optimalisasi dalam benefit, opportunity, cost dan risk dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan adanya digitalisasi produk perbankan di era persaingan antar bank menjadi solusi manajemen keuangan dengan memberikan kombinasi tools, penerapan teknologi baru, berkolaborasi dengan sektor jasa keuangan yang memiliki jaringan dan kemudahan serta akses lebih luas dalam melakukan aktivitas di bank. |
| 5 | Muhammad Alfarizi, Rastinia Kamila                                 | Optimizing The Use of Sharia  | Hasil penelitian ini menunjukkan pelaku fintech syariah masih  |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|   | Hanum dan Syaibatul Aslamiyah Hidayat (2021)             | Digital Transactions To Support Indonesia's Economic Recovery                    | belum dapat seimbang dengan pelaku fintech konvensional serta nilai aset fintech syariah mengalami perkembangan nilai aset sehingga dapat dikatakan minat masyarakat terhadap fintech syariah meningkat.  |
| 6 | Wargner A. Kamakura                                      | Cross-Selling Offering the Right Product to the Right Customer at the Right Time | Hasil penelitian ini menunjukkan cross selling mengidentifikasi prospek terbaik untuk produk dan penjualan silang yang berpusat pada produk serta pendekatan yang jauh lebih efektif dengan analisis menyeluruh tentang kebutuhan pelanggan dan nilai bagi perusahaan yang kemudian mengarah pada pilihan bagi pelanggan. Hubungan pelanggan membutuhkan pengembangan, meningkatkan pangsa dompet atau memperluas cakupan hubungan, maka penjualan silang akan sesuai selama pihak perusahaan dapat menawarkan produk/layanan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat ini. |
| 7 | Siti Mujiatun, Julita, Ihsan Effendi, Rahmayati dan Afif | Sharia Financial Technology (Fintech)  | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen risiko secara efektif memiliki efek langsung   |

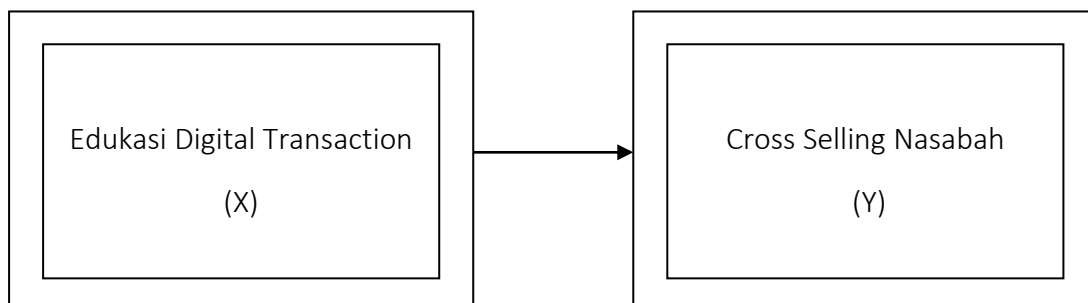


|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
|   | Badawi   | Management Model in Indonesia                                  | dan menguntungkan pada pengelolaan fintech syariah dalam mode fintech syariah. Selain itu, mengungkapkan bahwa fintech security memiliki pengaruh langsung dan menguntungkan terhadap kepuasan konsumen dalam model syariah. Studi ini menyimpulkan bahwa manajemen inovasi memiliki efek langsung dan positif pada manajemen fintech syariah dalam model fintech syariah.   |
| 8 | Siti Mujiatun, Hanifa Jasin, Muhammad Fahmi dan Jufrizen | Model Financial Technology (Fintech) Syariah di Sumatera Utara | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa financial technology syariah adalah inovasi yang berhubungan dengan layanan keuangan dan teknologi, dimana terdapat aplikasi baru, proses, produk atau model yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat. Selanjutnya maksud dari peluang adanya financial technology syariah bagi perbankan syariah bagaimana financial technology sebagai pendatang baru dapat bersinergi dengan lembaga keuangan khususnya perbankan syariah. |

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis buat yaitu terdapat perbedaan pada judul peneliti, objek peneliti dan tempat penelitian. Judul yang penulis angkat yaitu pengaruh optimalisasi edukasi digital transaction terhadap cross selling nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Objek penelitian pada penulisan ini adalah nasabah bank syariah indonesia. Penelitian ini mengumpulkan data yang ada juga melakukan penelitian secara langsung yang dilaksanakan di Kabanjahe yaitu di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe, dengan demikian diharapkan hasil yang di dapatkan oleh peneliti akan semakin akurat.

### C. Kerangka Pemikiran

Menurut Syamsul Arifin (2010:37) bahwa kerangka pemikiran merupakan mode konseptual tentang teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Adapun kerangka pemikiran yang penulis paparkan adalah sebagai berikut untuk memudahkan dalam pemahaman variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini, sehingga peneliti menjelaskan keterkaitan sebagai berikut.



**Gambar II-2. Kerangka Pemikiran Penelitian**

Pada kerangka berfikir ini mengilustrasikan tentang proses pengaruh optimalisasi edukasi digital transactions terhadap cross selling nasabah. Untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dikemukakan suatu model paradigma penelitian. Berikut ini model paradigma hubungan antara X (Edukasi Digital Transaction) dan Y (Cross Selling Nasabah) dan seberapa besar hubungan secara bersama-sama diantara variabel-variabel tersebut.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dari penjelasan diatas maka dapat di ambil beberapa hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Optimalisasi *edukasi digital transactions* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Cross selling* nasabah.

H<sub>1</sub> : Optimalisasi *edukasi digital transactions* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Cross selling* nasabah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yang diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian ini termaksud penelitian *field research*, yaitu penelitian lapangan dengan terjun langsung ke lapangan mempelajari secara detail untuk menggali data serta menggali permasalahan yang diteliti yaitu berkenaan dengan Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.

Metode penelitian kuantitatif, dimana metode ini sebagai metode pengukuran ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang statistika, sistematis, objektif, rasional dan dapat diulang. Desain penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana.

#### **B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Tempat penelitian untuk memperoleh data dan informasi dengan permasalahan yang diteliti dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe, Komplek Ruko Raja Lahi Munte Blok E No. 1-2 Jl. Selamat Ketaren Kel. Gung Leto Kec. Kabanjahe, Kab. Karo 22111 Indonesia

##### **2. Waktu Penelitian**

Adapun waktu penelitian yang direncanakan dalam penelitian ini akan dimulai pada bulan Desember 2022. Untuk rincian pelaksanaan penelitian dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel III-1. Waktu Penelitian Kegiatan

| No | Kegiatan   | 2022 |   |   |   | 2023 |   |   |   | 2023 |   |   |   | 2023 |   |   |   | 2023 |   |   |   |      |   |   |   |
|----|--|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|
|    |  | Des  |   |   |   | Jan  |   |   |   | Feb  |   |   |   | Mar  |   |   |   | Mei  |   |   |   | Juli |   |   |   |
|    |  | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Pengajuan Judul                                  |      |   | ■ |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 2. | Penyusunan Proposal                              |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 3. | Bimbingan Proposal                               |      |   |   |   |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 4. | Seminar Proposal                                 |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   | ■    |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 5. | Penyusunan skripsi (pengelolaan & analisis data) |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 6. | Bimbingan Skripsi                                |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |
| 7. | Sidang Skripsi                                   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   | ■    |   |   |   |

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dapat dibedakan pula yaitu antara populasi sampling dengan populasi sasaran objek penelitian yang diteliti, maka diupayakan data primer dan sekunder. Sehubungan dengan itu objek penelitian dalam skripsi ini ialah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe yang berjumlah 2.100 nasabah (Deepublish Store 2022).

#### 2. Sampel

Sampel yang diambil oleh peneliti merupakan teknik pengambilan sampel yang berfokus pada purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016), sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasar

pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut merupakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{2.100}{1 + 2.100 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.100}{1 + 2.100 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.100}{1 + 21}$$

$$n = \frac{2.100}{22}$$

$$n = 95,45$$

$$n = 95 \text{ (dibulatkan)}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi, yaitu 2.100

I = Angka Konstanta

E = Standar *error* yang digunakan sebesar (10%)

Jumlah sampel menurut Sugiyono (2018) yaitu untuk ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500 sampel telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Jadi sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 95 nasabah.

## **D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

### **1. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dikelompokkan menjadi dua kelompok, ialah:

a. Variabel bebas (*Independent Variabel*), Edukasi *Digital Transactions* (X)

b. Variabel terikat (*Dependent Variabel*), *Cross Selling* Nasabah (Y)

## 2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Kerlinger, definisi operasional merupakan suatu konstruk atau variabel dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Variabel penelitian terdiri dari definisi operasional pada variabel-variabel yang ada di penelitian ini. Hal-hal yang akan diamati sehingga terbuka untuk diuji. Uraian masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut yaitu:

**Tabel III-2. Indikator Penelitian**

| No. | Variabel                         | Definisi Operasional   | Indikator                    | Skala   |
|-----|----------------------------------|--|------------------------------|---------|
| 1   | Edukasi Digital Transactions (X) | Proses seberapa banyak waktu yang digunakan untuk mengembangkan dan merancang layanan dalam mengelola transaksi dan pengembangan teknologi yang memudahkan nasabah | Kemajuan teknologi           | Ordinal |
|     |                                  |  | Pengenalan pelayanan digital |         |
|     |                                  |  | Kenyamanan                   |         |
| 2   | Cross Seling Nasabah (Y)         | Teknik strategi penjualan yang melibatkan penjualan produk atau layanan tambahan kepada nasabah yang sudah ada.  | Kepuasan nasabah             | Ordinal |
|     |                                  |  | Loyalitas nasabah            |         |
|     |                                  |  | Peningkatan penjualan        |         |

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain adalah:

### **1. Kuesioner**

Sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal yang ia ketahui. Angket ini bersifat terbuka dan tertutup. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai pengaruh edukasi *digital transaction* yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe terhadap *cross selling* nasabah.

### **2. Observasi**

Dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Data yang diperoleh mencakup beberapa aspek dari teknis yang meliputi situasi lokasi dan keamanan tempat penelitian.

### **3. Studi Kepustakaan**

Dengan membaca buku literature yang relevan dengan topik masalah dalam penelitian ini. Pengumpulan data juga dilakukan pada media informasi lain yang terkait dengan penelitian ini, baik dari pihak perusahaan maupun berasal dari luar perusahaan.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan suatu yang amat penting dan strategis dengan permasalahan, tujuan dan hipotesis penelitian. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen kuesioner ini dikembangkan dengan menggunakan skala likert yang diukur dengan menggunakan skala 5 point, yaitu dengan cara sebagai berikut:



**Tabel III-3. Instrument Skala Likert**

| No. | Pilihan Jawaban     | Skor |
|-----|---------------------|------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)  | 5    |
| 2   | Setuju (S)          | 4    |
| 3   | Cukup Setuju (CS)   | 3    |
| 4   | Tidak Setuju (TS)   | 2    |
| 5   | Sangat Tidak Setuju | 1    |

Instrumen penelitian yang digunakan sekurang-kurangnya harus memenuhi persyaratan validitas (validitas) dan reliabilitas (reliabilitas). Perlu dideskripsikan metode uji coba, analisis butir soal, uji validitas dan uji reliabilitas dalam pengumpulan data teknik pengembangan instrumen. Dalam penelitian ini menggunakan uji kesahihan data yaitu sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  table dimana  $df=n-2$  dengan signifikan 10%, jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid. Dalam pengambilan keputusan pada uji validitas adalah:

- a. Jika ditemukan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka valid.
- b. Jika ditemukan  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan menyangkut nilai kepercayaan, keterandalan, konsistensi atau kestabilan hasil pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut (Ghozali, 2018) untuk mengetahui reliable atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Dengan kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “reliable”.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,6$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “tidak reliable”.

## **G. Uji Prasyarat**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan regresi linier berganda sebagai alat ukur untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu:

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Imam Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak sebagai berikut:

- 1) Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika variance berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui data terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak dapat diuji dengan menggunakan uji glejser test, yaitu dengan menyimpulkan jika nilai signifikansi variabelnya atau *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Sedangkan jika nilai signifikansi variabelnya atau *p-value* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

#### c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan salah satu pelanggaran terhadap asumsi pada metode OLS yang terjadi pada pengamatan-pengamatan yang berbeda antar *error*. Salah satu uji yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi pada model regresi adalah dengan uji *Run*. Uji *Run* memberikan kesimpulan yang lebih pasti dengan hanya ada dua kemungkinan saja yaitu terjadi autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi pada model regresi OLS, maka akan mengakibatkan penaksir parameter model regresi yang diperoleh menjadi tidak BLUE.

#### d. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Besaran (quality) yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah faktor inflasi ragam (Variance Inflation Factor/ VIF). VIF digunakan sebagai kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada regresi linier yang melibatkan lebih dari

dua variabel bebas. Nilai VIF lebih besar dari 10 mengidentifikasi adanya masalah multikolinearitas yang serius (Ryan, 1997). VIF untuk koefisien regresi-j diidentifikasi sebagai berikut:

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R^2_j}$$

## H. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden digunakan analisis kuantitatif, yaitu analisa berdasarkan metode statistik mengklasifikasikan data ke dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel untuk mempermudah analisa. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat computer dan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan regresi linear sederhana, adapun yang diuji dalam hal ini ialah uji asumsi klasik.

### 1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Ketajaman dan ketepatan dalam penggunaan alat analisis sangat menentukan keakuratan pengambilan kesimpulan, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linear sederhana. Teknik analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh optimalisasi edukasi digital transaction (X) terhadap cross selling nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe (Y). Model persamaan Regresi Linear Sederhana yang digunakan dengan formula sebagai berikut.

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = Konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel bebas

## 2. Uji Hipotesis

Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah diungkapkan, maka dibutuhkan pengujian hipotesis yang sesuai terkait hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara (Uji t). Adapun penjelasan dari masing-masing pengujian adalah sebagai berikut :

### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilainya mendekati, berarti variabel-variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

### b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:179) uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel X berpengaruh terhadap variabel y (misalkan X1 berpengaruh ke Y, X2 berpengaruh ke Y). Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian parsial ini adalah sebagai berikut:

Proses pengujian dilakukan dengan melihat pada tabel uji parsial dengan memperhatikan kolom signifikansi dan nilai t hitung dan membandingkan dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dalam mengasalkan hipotesis dengan uji parsial (uji t) dapat dilakukan dengan 2 cara yakni:

1.  $H_0$  diterima, jika nilai Sig. $>0,05$  dan nilai t hitung  $< t$  tabel
2.  $H_a$  diterima, jika nilai Sig. $<0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Institusi**

##### **1. Sejarah singkat PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe**

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021.

Penggabungan tersebut menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik untuk dapat bersaing di tingkat global.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5. Bank Syariah Indonesia merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energy baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe di Kabupaten Karo, kantor ini melayani nasabah untuk membuat rekening baru, setor tunai, penarikan dana simpanan, cek saldo, pengajuan pinjaman/kredit dan layanan produk Bank Syariah Indonesia. Keunggulan Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe adalah konsep perbankan yang disesuaikan dengan konsep syariah, mulai

dari pinjaman syariah, KPR syariah, kredit syariah dan produk tabungan syariah. Keunggulan lainnya adalah dari sisi akses online banking dari BSI Net yang sangat mudah dan berkualitas (IDalamat.com 2023). Dalam konteks ini kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industry halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri.

Adapun visi dan misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

**VISI : Top 10 Global Islamic Bank**

**MISI : 1. Memberikan akses solusi keuangan di Indonesia**

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

**2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham**

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

**3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia**

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.



**Gambar IV-1. Makna Logo Bank BSI**

Pengenalan logo Bank Syariah Indonesia mencantumkan gambar bintang di atas huruf i dengan warna terang secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI serta bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan tersebut di desain memiliki lima sudut yang memiliki arti khusus. Bintang sudut lima ini melambangkan Pancasila dan rukun islam. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun tingkat global.

## **2. Kegiatan Operasional Perusahaan**

Kegiatan operasional Bank Syariah Indonesia yang telah dilakukan hingga saat ini, antara lain meliputi:

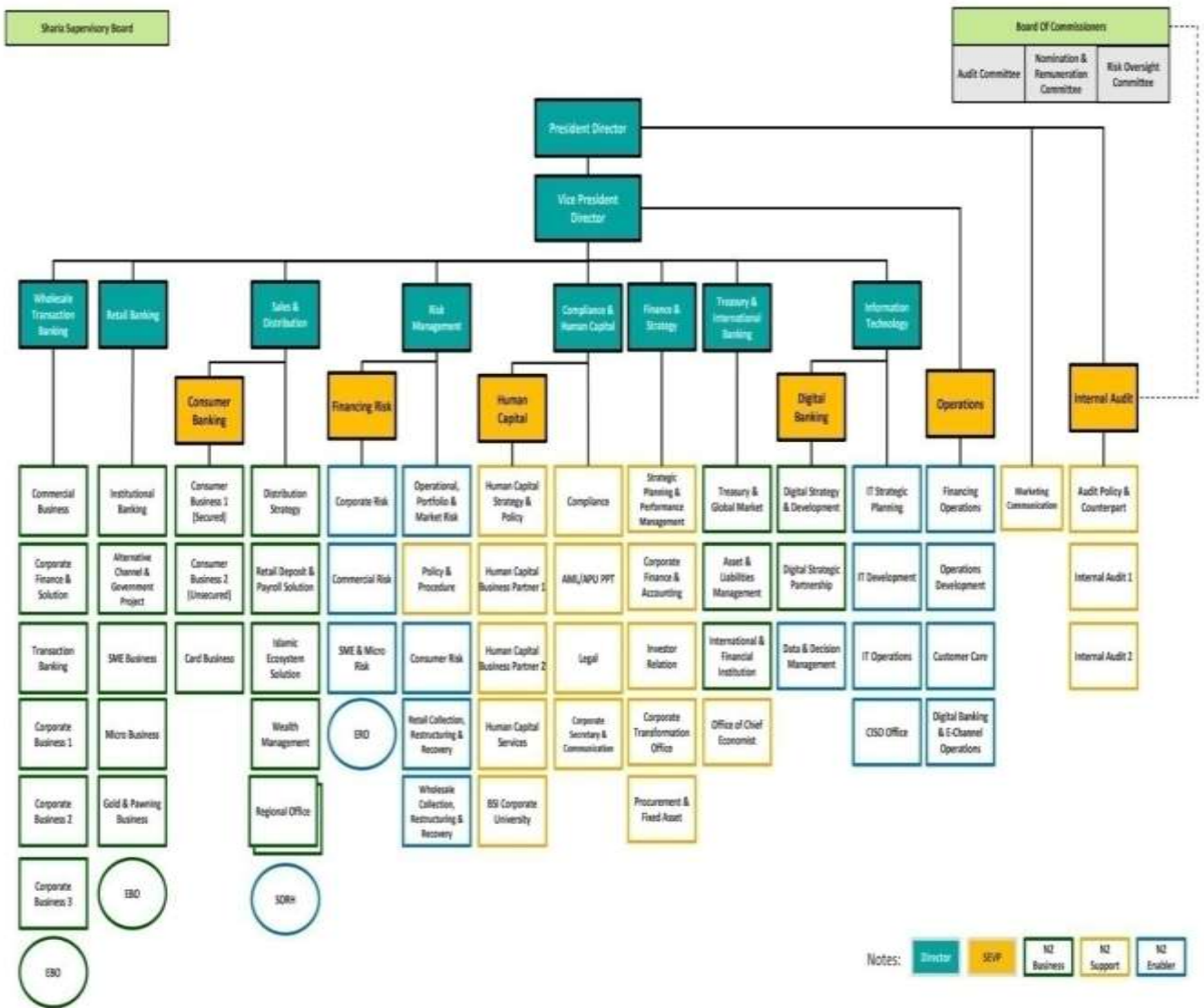
- a) Menyediakan tempat bagi masyarakat untuk menyimpan tabungan mereka.
- b) Memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan menerapkan sistem bagi hasil.
- c) Pada Bank BSI juga terdapat gadai emas dan cicilan emas dengan tetap menerapkan sistem yang tidak bertentangan dengan ajaran islam.
- d) Memberikan pinjaman bagi usaha-usaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya yang dinamakan KUR.
- e) Bagi para pegawai yang berpenghasilan tetap dapat juga memajukan pinjaman yang dinamakan pembiayaan consumer.

Prinsip operasional dan pendekatan hukum pada Bank BSI, antara lain meliputi: Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, pengertian perbankan konvensional adalah bank melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sementara bank syariah, mengacu UU No 21 Tahun 2008, menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah.



Pada bank konvensional, seluruh transaksi dan perjanjian menggunakan pendekatan hukum positif Indonesia. Dalam hal ini, hukum yang digunakan adalah hukum perdata dan pidana. Sedangkan perbankan syariah menjalankan hukum Islam, termasuk dalam implementasi akad bagi hasil, jual beli, serta pinjam meminjam.

### 3. Struktur Organisasi



Gambar III-2. Struktur Organisasi BSI

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Di bawah ini akan dijelaskan identitas responden dari kuesioner yang telah disebar. Responden pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe yang memiliki sampel 95 nasabah yang terdiri dari beberapa karakteristik, baik jenis kelamin maupun usia sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel IIV-1. Jenis Kelamin**

Jenis\_Kelamin

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Laki-Laki | 38        | 40.0    | 40.0          | 40.0               |
| Perempuan       | 57        | 60.0    | 60.0          | 100.0              |
| Total           | 95        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023

Dari tabel diatas menunjukkan jenis kelamin responden yang menjadi sampel penelitian, terlihat didominasi responden bergender perempuan yakni 57 orang (60%) dan responden laki-laki berjumlah 38 orang (40%).

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel IV-2. Usia**

Usia

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 17-30 | 75        | 78.9    | 78.9          | 78.9               |
| 31-45       | 9         | 9.5     | 9.5           | 88.4               |
| >45         | 11        | 11.6    | 11.6          | 100.0              |
| Total       | 95        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023

Dari tabel diatas menunjukan usia responden yang menjadi sampel penelitian, terlihat mayoritas responden berada di usia 17-30 tahun berjumlah 75 orang (78,9%), lalu responden yang berusia >45 tahun berjumlah 11 orang (11,6%) dan responden yang berusia diantara 31-45 tahun berjumlah 9 orang (9,5%).

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu: Edukasi Digital Transactions (X) dan Cross Selling Nasabah (Y). Dibawah ini akan dilampirkan presentase jawaban dari setiap item pernyataan yang telah disebarkan kepada responden.

**Tabel IV-3.**

#### **Presentasi Jawaban Responden Edukasi Digital Transaction (X)**

| No | SS |      | S  |      | KS |     | TS |     | STS |   | JUMLAH |     |
|----|----|------|----|------|----|-----|----|-----|-----|---|--------|-----|
|    | F  | %    | F  | %    | F  | %   | F  | %   | F   | % | F      | %   |
| 1  | 19 | 20.0 | 76 | 80.0 | 0  | 0   | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 2  | 23 | 24.2 | 72 | 75.8 | 0  | 0   | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 3  | 19 | 20.0 | 69 | 72.6 | 7  | 7.4 | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 4  | 17 | 17.9 | 77 | 81.1 | 1  | 1.1 | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 5  | 21 | 22.1 | 73 | 76.8 | 1  | 1.1 | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 6  | 20 | 21.1 | 70 | 73.7 | 4  | 4.2 | 1  | 1.1 | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 7  | 21 | 22.1 | 73 | 76.8 | 1  | 1.1 | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 8  | 23 | 24.2 | 71 | 74.7 | 1  | 1.1 | 0  | 0   | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 9  | 17 | 17.9 | 69 | 72.6 | 7  | 7.4 | 2  | 2.1 | 0   | 0 | 95     | 100 |
| 10 | 16 | 16.8 | 74 | 77.9 | 4  | 4.2 | 1  | 1.1 | 0   | 0 | 95     | 100 |

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Data table diatas dapat diuraikan berdasarkan jawaban responden sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden pada pernyataan “Teknologi pada saat ini dalam dunia perbankan berdampak positif” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 76 dan presentase 80.0%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 19 dan presentase 20.0%.
- 2) Jawaban responden pada pernyataan “Teknologi di masyarakat berperan aktif dalam membantu kegiatan transaksi nasabah” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 72 dan presentase

75.8%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 23 dan presentase 24.2%.

- 3) Jawaban responden pada pernyataan “Semua golongan masyarakat wajib mempunyai teknologi berupa handphone” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 69 dan presentase 72,6%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 19 dan presentase 20.0%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 7 dan presentase 7.4%.
- 4) Jawaban responden pada pernyataan “Layanan yang diakses nasabah menciptakan efisiensi waktu” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 77 dan presentase 81.1%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 17 dan presentase 17.9%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 5) Jawaban responden pada pernyataan “Dalam aktivitas masyarakat layanan digital bermanfaat untuk nasabah” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 73 dan presentase 76.8, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 21 dan presentase 22.1%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 6) Jawaban responden pada pernyataan “Layanan perbankan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah secara cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 70 dan presentase 73.7%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 20 dan presentase 21.1%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 4 dan presentase 4.2%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 7) Jawaban responden pada pernyataan “Perbankan menyediakan layanan yang real time” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 73 dan presentase 76.8%, responden menjawab sangat setuju

dengan frequency 21 dan presentase 22.1%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.

- 8) Jawaban responden pada pernyataan “Layanan bermanfaat bagi saya” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 71 dan presentase 74.7%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 23 dan presentase 24.2%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 9) Jawaban responden pada pernyataan “Saya menggunakan layanan perbankan karena berpengaruh pada trend saat ini” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 69 dan presentase 72.6%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 17 dan presentase 17.9%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 7 dan presentase 7.4%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 2 dan presentase 2.1%.
- 10) Jawaban responden pada pernyataan “Saya sering menggunakan layanan perbankan dengan terampil” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 74 dan presentase 77.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 16 dan presentase 16.8%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 4 dan presentase 4.2%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.

**Tabel IV-4.**

**Presentasi Jawaban Responden Cross Selling Nasabah (Y)**

| No | SS |      | S  |      | KS |     | TS |     | STS |     | JUMLAH |     |
|----|----|------|----|------|----|-----|----|-----|-----|-----|--------|-----|
|    | F  | %    | F  | %    | F  | %   | F  | %   | F   | %   | F      | %   |
| 1  | 17 | 17.9 | 74 | 77.9 | 3  | 3.2 | 0  | 0   | 1   | 1.1 | 95     | 100 |
| 2  | 16 | 16.8 | 74 | 77.9 | 4  | 4.2 | 1  | 1.1 | 0   | 0   | 95     | 100 |
| 3  | 18 | 18.9 | 75 | 78.9 | 1  | 1.1 | 1  | 1.1 | 0   | 0   | 95     | 100 |
| 4  | 18 | 18.9 | 76 | 80.0 | 1  | 1.1 | 0  | 0   | 0   | 0   | 95     | 100 |

|    |    |      |    |      |   |     |   |     |   |     |    |     |
|----|----|------|----|------|---|-----|---|-----|---|-----|----|-----|
| 5  | 11 | 11.6 | 75 | 78.9 | 9 | 9.5 | 0 | 0   | 0 | 0   | 95 | 100 |
| 6  | 10 | 10.5 | 75 | 78.9 | 9 | 9.5 | 0 | 0   | 1 | 1.1 | 95 | 100 |
| 7  | 16 | 16.8 | 75 | 78.9 | 4 | 4.2 | 0 | 0   | 0 | 0   | 95 | 100 |
| 8  | 18 | 18.9 | 77 | 81.1 | 0 | 0   | 0 | 0   | 0 | 0   | 95 | 100 |
| 9  | 22 | 23.2 | 68 | 71.6 | 4 | 4.2 | 1 | 1.1 | 0 | 0   | 95 | 100 |
| 10 | 15 | 15.8 | 77 | 81.1 | 3 | 3.2 | 0 | 0   | 0 | 0   | 95 | 100 |

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Data table diatas dapat diuraikan berdasarkan jawaban responden sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden pada pernyataan “Saya merasa puas terhadap layanan BSI KCP Kabanjahe” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 74 dan presentase 77.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 17 dan presentase 17.9%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 3 dan presentase 3.2%, responden menjawab sangat tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 2) Jawaban responden pada pernyataan “Saya puas terhadap kinerja sistem dan jaringan BSI KCP Kabanjahe” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 74 dan presentase 77.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 16 dan presentase 16.8%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 4 dan presentase 4.2%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 3) Jawaban responden pada pernyataan “Saya merasa puas karyawan terampil dan berpengalaman” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 75 dan presentase 78.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 18 dan presentase 18.9%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.

- 4) Jawaban responden pada pernyataan “Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan perbankan” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 76 dan presentase 80.0%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 18 dan presentase 18.9%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 5) Jawaban responden pada pernyataan “Saya akan tetap menjadi nasabah walaupun ada penawaran dan berbagai alasan dengan bank lain” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 75 dan presentase 78.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 11 dan presentase 11.6%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 9 dan presentase 9.5%.
- 6) Jawaban responden pada pernyataan “Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di BSI KCP Kabanjahe” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 75 dan presentase 78.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 10 dan presentase 10.5%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 9 dan presentase 9.5%, responden menjawab sangat tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 7) Jawaban responden pada pernyataan “Saya tidak keberatan memberi saran orang lain untuk menjadi nasabah BSI KCP Kabanjahe” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 75 dan presentase 78.9%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 16 dan presentase 16.8%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 4 dan presentase 4.2%.
- 8) Jawaban responden pada pernyataan “Kepuasan nasabah sesuai dengan tujuan perusahaan” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 77 dan presentase 81.1%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 18 dan presentase 18.9%.

- 9) Jawaban responden pada pernyataan “Fasilitas yang ada pada perusahaan menunjang dalam peningkatan penjualan” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 68 dan presentase 71,6%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 22 dan presentase 23.2%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 4 dan presentase 4.2%, responden menjawab tidak setuju dengan frequency 1 dan presentase 1.1%.
- 10) Jawaban responden pada pernyataan “Tingkat penjualan sesuai dengan tingkat harga” sebagian besar responden menjawab setuju dengan frequency 77 dan presentase 81.1%, responden menjawab sangat setuju dengan frequency 15 dan presentase 15.8%, responden menjawab kurang setuju dengan frequency 3 dan presentase 3.2%.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Statistik Deskriptif

Pada statistik deskriptif ini mendeskripsikan data dari masing-masing variabel dalam penelitian ini, deskripsi tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel IV-5. Descriptive Statistics**

| Descriptive Statistics       |       |                |    |
|------------------------------|-------|----------------|----|
|                              | Mean  | Std. Deviation | N  |
| Cross_Selling_Nasabah        | 41.17 | 3.640          | 95 |
| Edukasi_Digital_Transactions | 41.71 | 3.370          | 95 |

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel statistik deskriptif diatas hasil output SPSS dengan responden 95 dan jumlah mean dengan masing-masing variabel. Variabel Cross Selling Nasabah (X) dengan mean 41.17 dan Variabel Edukasi Digital Transactions (Y) dengan mean 41.71.



## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan suatu instrumen sebagai alat ukur variabel suatu penelitian, bertujuan untuk mengetahui tingkat valid yang tersaji dalam kuesioner yang diteliti. Jika nilai  $r$  hitung yang diperoleh dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel sesuai dengan taraf signifikan 10% dalam pengujian validitas kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

#### 1). Variabel Edukasi Digital Transactions (X)

**Tabel IV-6.**

**Uji Validitas Variabel Edukasi Digital Transactions (X)**

| <b>Pernyataan</b>  | <b>Nilai Korelasi<br/><math>R_{hitung}</math></b> | <b>Nilai Ketentuan<br/><math>R_{tabel}</math></b> | <b>Keterangan</b> |
|--|---|---|-------------------|
| <b>Pernyataan 1</b> (Edukasi Digital Transactions), “Teknologi pada saat ini dalam dunia perbankan berdampak positif”                  | 0,625   | 0,169   | Valid             |
| <b>Pernyataan 1</b> (Edukasi Digital Transactions), “Teknologi di masyarakat berperan aktif dalam membantu kegiatan transaksi nasabah” | 0,775   | 0,169   | Valid             |
| <b>Pernyataan 1</b> (Edukasi Digital Transactions), “Semua golongan masyarakat wajib mempunyai teknologi komunikasi berupa handphone”  | 0,677   | 0,169   | Valid             |

|   |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
| <b>Pernyataan 2</b> (Edukasi Digital Transactions), “Layanan yang diakses nasabah menciptakan efisiensi waktu”  | 0,757 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 2</b> (Edukasi Digital Transactions), “Dalam aktivitas masyarakat layanan digital bermanfaat untuk nasabah”   | 0,725 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 2</b> (Edukasi Digital Transactions), “Layanan perbankan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah secara cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan” | 0,698 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Edukasi Digital Transactions), “Perbankan menyediakan layanan yang real time”  | 0,754 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Edukasi Digital Transactions), “Layanan perbankan bermanfaat bagi saya”  | 0,749 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Edukasi Digital Transactions), “Saya menggunakan layanan perbankan karena berpengaruh pada trend saat ini”                                     | 0,728 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Edukasi Digital Transactions), “Saya sering menggunakan layanan perbankan dengan trampil”  | 0,741 | 0,169 | Valid |

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dari variabel edukasi digital transactions memiliki korelasi atau r hitung yang lebih besar dari 0,169, maka disimpulkan keseluruhan item pernyataan valid (sah) dapat dilihat dari seluruh item pada variabel X karena nilai  $\text{Sig}(2\text{-tailed}) < 0,1$  dan  $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ .

## 2). Variabel Cross Selling Nasabah (Y)

**Tabel IV-7.**

### **Uji Validitas Variabel Cross Selling Nasabah (Y)**

| <b>Pernyataan</b>  | <b>Nilai Korelasi<br/><math>R_{\text{hitung}}</math></b> | <b>Nilai Ketentuan<br/><math>R_{\text{tabel}}</math></b> | <b>Keterangan</b> |
|--|--|--|-------------------|
| <b>Pernyataan 1</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya merasa puas terhadap layanan oleh karyawan BSI KCP Kabanjahe”         | 0,851  | 0,169  | Valid             |
| <b>Pernyataan 1</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya puas terhadap kinerja sistem dan jaringan BSI KCP Kabanjahe”          | 0,889  | 0,169  | Valid             |
| <b>Pernyataan 1</b> (Cross Selling Nasabah), Saya merasa puas karyawan terampil dan berpengalaman”                       | 0,851  | 0,169  | Valid             |
| <b>Pernyataan 2</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan perbankan”         | 0,696  | 0,169  | Valid             |
| <b>Pernyataan 2</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya akan tetap menjadi nasabah walaupun ada penawaran dan berbagai alasan | 0,721  | 0,169  | Valid             |

|  |       |       |       |
|--|-------|-------|-------|
| dengan bank lain”  |       |       |       |
| <b>Pernyataan 2</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di BSI KCP Kabanjahe”                      | 0,779 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 2</b> (Cross Selling Nasabah), “Saya tidak keberatan memberi saran orang lain untuk menjadi nasabah BSI KCP Kabanjahe” | 0,797 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Cross Selling Nasabah), “Kepuasan nasabah sesuai dengan tujuan perusahaan”                                      | 0,645 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Cross Selling Nasabah), “Fasilitas yang ada pada perusahaan menunjang dalam peningkatan penjualan”              | 0,739 | 0,169 | Valid |
| <b>Pernyataan 3</b> (Cross Selling Nasabah), “Tingkat penjualan sesuai dengan tingkat harga”   | 0,691 | 0,169 | Valid |

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dari variabel cross selling nasabah memiliki korelasi atau  $r$  hitung yang lebih besar dari 0,169, maka disimpulkan keseluruhan item pernyataan valid (sah) dapat dilihat dari seluruh item pada variabel Y karena nilai  $\text{Sig}(2\text{-tailed}) < 0,1$  dan  $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ .

### **b. Uji Reliabilitas**

Pada uji reliabilitas untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan, salah satunya dapat menggunakan teknik pengukuran koefisien Cronbach's alpha. Semakin mendekati koefisien 1 alpha dari variabel semakin tinggi konsistensi pernyataan dari tiap indikator agar menghasilkan data yang

benar dan sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Reliabilitas yang di atas 0,6 baik.

**Tabel IV-8.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| <b>Variabel</b>             | <b>Cronbanch's Alpha</b> | <b>Item</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|
| Cross Selling Nasabah       | 0,922                    | 10          | Reliabel          |
| Edukasi Digital Transaction | 0,895                    | 10          | Reliabel          |

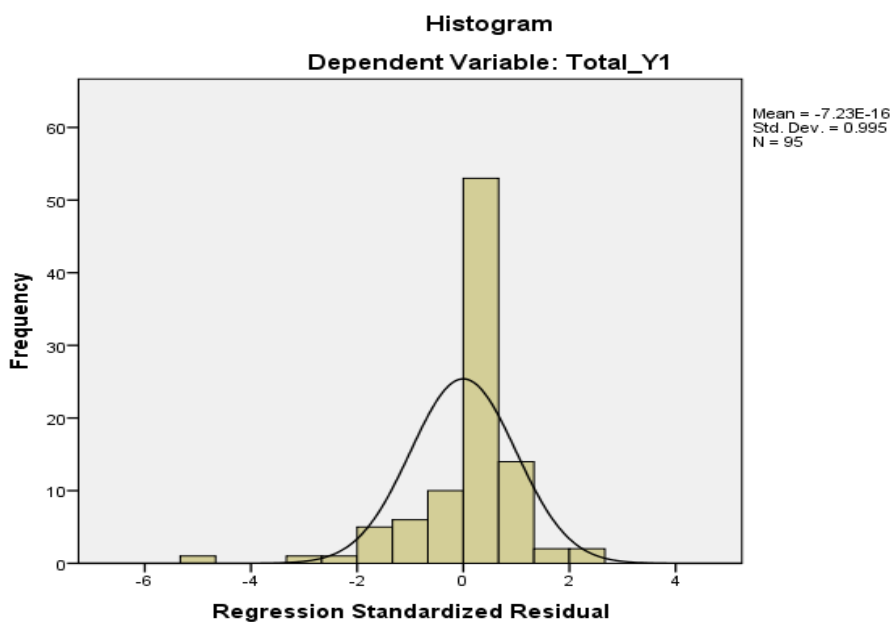
*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpretasi reliabilitas lebih tinggi dari 0,6 atau 60% dengan demikian seluruh instrument variabel penelitian ini adalah reliabel atau layak. Untuk analisis berikutnya juga layak karena reliabel (dapat dipercaya).

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tidak menceng ke kiri atau kanan. Dalam hal ini penulis melihat apakah data berdistribusi normal menganalisis grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Pada grafik histogram, dikatakan bahwa variabel berdistribusi normal pada grafik histogram yang berbentuk lonceng apabila distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.



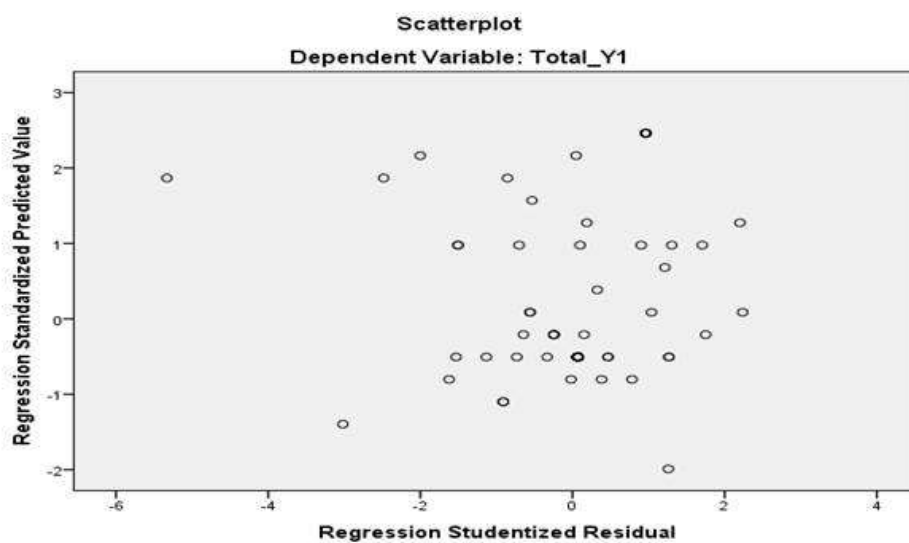
Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023

### Gambar IV-3. Histogram Normalitas

Dari gambar diatas terlihat distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan, yang berarti penelitian ini berdistribusi normal. Kemudian dilihat juga histogram normalitas, jika distribusinya mengikuti garis diagonal maka penelitian inberdistribusi normal.

#### b. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas ini digunakan model regresi untuk melihat terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu ke pengamatan yang lain. Jika *varians* berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang paling baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas, metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut: jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang trauma setelah terjadi heterokedastisitas, dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tidak menyebar secara teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada gambar *Scatterplot Model*.



*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

#### **Gambar IVV-4. Scatterplot Model**

Berdasarkan analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heterokedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebut di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### **c. Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan kriteria Durbin Watson yaitu sebagai berikut:

- 1). Nilai D-W di bawah -2 artinya terdapat autokorelasi positif.
- 2). Nilai D-W di antara -2 sampai +2 artinya tidak ada autokorelasi.
- 3). Nilai D-W di atas +2 artinya terdapat autokorelasi negatif.

**Tabel IV-9.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                | .726 <sup>a</sup> | .527     | .521              | 2.518                      | 2.381         |

a. Predictors: (Constant), Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y1

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari data diatas diketahui bahwa nilai Durbin Watson = 2.381 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian.

#### **d. Uji Multikolineritas**

Uji multikolineritas bertujuan untuk menunjukkan adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Bila variabel-variabel bebas berkorelasi dengan sempurna, maka disebut multikolineritas sempurna (perfect multicollinearity). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF) sedangkan batas VIF adalah 10, beberapa ketentuannya yaitu:

- 1) Bila  $VIF > 10$ , maka terdapat multikolineritas.
- 2) Bila  $VIF < 10$ , maka tidak terdapat multikolineritas.
- 3) Bila *Tolerance*  $> 0,1$ , maka tidak terjadi multikolineritas.
- 4) Bila *Tolerance*  $< 0,1$ , maka terjadi multikolineritas.



**Tabel IV-10.**  
**Hasil Uji Multikolineritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)              | 8.487                       | 3.224      |                           | 2.632  | .010 |                         |       |
| Total_X1                  | .784                        | .077       | .726                      | 10.169 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Total\_Y1

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa, Nilai VIF edukasi digital transactions (X1) = 1.000 dan nilai *tolerance* edukasi digital transactions (X1) = 1.000, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolineritas.

#### 4. Analisis Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y), apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta memprediksi nilai dari masing-masing variabel mengalami kenaikan maupun penurunan. Berikut ini hasil dari uji regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel IV-11.**  
**Analisis Linear Sederhana**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)              | 8.487                       | 3.224      |                           | 2.632  | .010 |                         |       |
| Total_X1                  | .784                        | .077       | .726                      | 10.169 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Total\_Y1

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = A + Bx + e$

$$= 8.487 + 0,784 + e$$

Nilai *constant* sebesar 8.487 dengan tanda positif menunjukkan bahwa variabel edukasi digital transactions dianggap *constant* maka nilai cross selling nasabah (Y) sebesar 8.487 dan nilai koefesien regresi edukasi digital transactions (X) sebesar 0,784 dengan tanda positif menyatakan apabila jika tingkat edukasi digital transactions satu dengan asumsi variabel lainnya konstan maka cross selling nasabah (Y) akan naik sebesar 0,784.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial dengan T test (Uji T)

Uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial), dengan menganggap variabel lainnya konstan. Hasil uji t dapat dilihat pada output coefficients dari hasil analisis linear sederhana. Dalam penelitian ini digunakan signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

**Tabel IV-12.**

### Uji T (Parsial)

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |       |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|-------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |       | Standardized Coefficients | T      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| Model | B          | Std. Error                  | Beta  |                           |        |      |                         |       |
| 1     | (Constant) | 8.487                       | 3.224 |                           | 2.632  | .010 |                         |       |
|       | Total_X1   | .784                        | .077  | .726                      | 10.169 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Total\_Y1

*Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023*

Dari tabel diatas terlihat t hitung adalah 10.169 dan taraf signifikannya adalah 0,000, dengan jumlah  $N = 95$  dan  $d-1 (95-1)$  diperoleh nilai t tabel 1.661, dalam penelitian ini Edukasi Digitalisasi Transactions berpengaruh dan signifikan terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe dikarenakan t hitung  $>$  t tabel ( $10.169 > 1.661$ ) dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0.000 < 0.05$ ).

#### b. Koefisien Determinasi R-Square ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 1 maka variabel bebas makin mendekati hubungan dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut dapat dibenarkan. Adapun rumus dari koefisien determinasi adalah  $KD = R^2 \times 100\%$ . Maka dapat diketahui tabel dibawah ini:

**Tabel IV-13.**

#### **Uji R (Determinasi)**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .726 <sup>a</sup> | .527     | .521              | 2.518                      |

a. Predictors: (Constant), Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y1

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R-Square dengan nilai sebesar  $0,527 (100) = 52,7\%$ . Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 52,7% sisanya 47,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini dijelaskan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya diuraikan sebagai berikut: Pengaruh Edukasi Digital Transaction (X) terhadap Cross Selling Nasabah (Y) berpengaruh dan signifikan pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe dikarenakan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $10.169 > 1.661$ ) dan taraf signifikan lebih kecil dari  $0,05$  ( $0.000 < 0.05$ ), dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap cross selling nasabah, nilai  $R$ -Square sebesar  $52,7\%$  besaran sumbangan Edukasi digital transaction terhadap Cross selling nasabah dalam penelitian ini, sedangkan sisanya  $47,3\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam penelitian ini Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe mempunyai strategi untuk menerapkan cross selling nasabah, strategi tersebut di terapkan kepada nasabah untuk dikembangkan dalam mengoptimalkan pemanfaatan pelayanan nasabah melalui teknologi digital. Dalam rangka mengedukasi digital transaction dari proses transaksi secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan karena penerapan cross selling yang efektif untuk mendorong nasabah meningkatkan prospek serta berinteraksi dengan nasabah secara real-time.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis analisis dengan judul Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Menunjukkan adanya pengaruh signifikan edukasi digital transactions terhadap cross selling nasabah. Hasil uji T menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan  $t \text{ hitung } 10.169 > 1.661$  berarti untuk pengaruh edukasi digital transactions terhadap cross selling nasabah dapat dinyatakan signifikan. Maka variabel edukasi digital transactions berpengaruh terhadap variabel cross selling. Dan hasil uji R-Square diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar  $0,527 (100) = 52,7\%$ .

#### **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas, maka peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari hasil angket yang sudah disebar terdapat sebagian kecil responden yang menganggap Edukasi Digital Transactions pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe belum efektif dalam penawaran yang terbaik untuk nasabahnya.
2. Diharapkan kepada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe untuk meningkatkan cross selling kepada nasabah dalam pengoperasian edukasi digital transactions.
3. Bagi peneliti berikutnya, disarankan agar menggunakan dua variabel atau lebih untuk meneliti pengaruh (memperkuat atau memperkecil) pada variabel terikat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, Muhammad, Rastinia Kamila Hanum, and Syaibatul Aslamiyah Hidayat. 2021. "OPTIMIZING THE USE OF SHARIA DIGITAL TRANSACTIONS TO SUPPORT INDONESIA'S ECONOMIC RECOVERY." 6(1): 122–32.
- Deepublish Store. 2022. "Populasi Dan Sampel Penelitian Kuantitatif." 3 Desember 2022. <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-populasi-dan-sampel/>.
- Dr. Kasmir. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*.
- "HR. Al-Bazzar Dan Disahihkan Oleh Al-Hakim." *JurnalMedan.com*. [urnalmedan.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-1491926927/hadist-hadist-shohihah-inilah-pekerjaan-terbaik-menurut-nabi-muhammad](http://urnalmedan.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-1491926927/hadist-hadist-shohihah-inilah-pekerjaan-terbaik-menurut-nabi-muhammad).
- IDalamat.com. 2023. "Bank Syariah Indonesia - Karo, Sumatera Utara." 1 Januari. <https://idalamat.com/alamat/401803/bank-syariah-indonesia-karo-sumatera-utara>.
- Luthfiatussa, Dila, Ahmad Mulyadi Kosim, Universitas Ibn, and Khaldun Bogor. 2023. "Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan Pada Bank Syariah Indonesia." 4(3): 783–802.
- Mnctrijaya.com. 2022. "Edukasi Transaksi Keuangan Digital." 26 Januari 2022. <https://www.mnctrijaya.com/news/detail/49555/edukasi-transaksi-keuangan-digital-prodi-magister-hukum-uki-gelar-webinar>.
- Mujiatun, Siti, Ihsan Effendi, and Afif Badawi. 2022. "Cuadernos de Economía Sharia Financial Technology ( Fintech ) Management Model in Indonesia." (128): 145–56.
- Mujiatun, Siti, Hanifa Jasin, Muhammad Fahmi, and Jufrizen Jufrizen. 2022. "Model Financial Technology (Fintech) Syariah Di Sumatera Utara." *Owner* 6(3): 1709–18.
- Nuryadin, Endang. 2001. "Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank Melalui Optimalisasi Cross Selling Terhadap Pelanggan." *The Winners* 2(1): 47.

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2022. “Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital.” *kamis, 13 Oktober 2022*.  
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>.
- Produk, Menawarkan, and Universitas Duke. 2007. “Cross Selling :” 00: 0–17.
- Satrio Ronggo Buwono, Lastuti Abubakar, and Tri Handayani. 2022. “Kesiapan Perbankan Menuju Transformasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Financial Technology (Fintech).” *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran* 3(2): 228–41.
- Studi, Program et al. 2020. “Pipit Putri, Rahmayati, Siti Mujiatun. Model Bisnis Islamic ..... .” 4(2): 69–81.
- “Surah An-Nisa Ayat 29.” *TokopediaSalam*.  
[https://www.tokopedia.com/s/quran/an-nisa/ayat-29?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/s/quran/an-nisa/ayat-29?utm_source=google&utm_medium=organic).
- Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.S.I, and M.S.I M. Unggul. S.Sy. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia Dilengkapi Perlindungan Nasabah Terhadap Kejahatan Cybercrime*.

# LAMPIRAN





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003  
 http://fai@umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul  
 Kepada Yth :  
 Dekan FAI UMSU

26 Jumadil Awal 1444 H  
 20 Desember 2022 M

Di -  
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Syiva Difi Oktavianny  
 Npm : 1901270041  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Kredit Kumalatif : 3,84



Mengajukan Judul sebagai berikut :

| No | Pilihan Judul   | Persetujuan<br>Ka. Prodi | Usulan Pembimbing<br>& Pembahas                     | Persetujuan<br>Dekan |
|----|---|--------------------------|---|----------------------|
| 1  | Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya tbk | 23/12/22<br>PDS          | Assoc. Prof. Dr<br>Siti Mujijatun, M.Pd<br>23/12/22 | 29/12/22             |
| 2  | Pengaruh Tingkat Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UMSU)                             |                          |   |                      |
| 3  | Analisis Penerapan Good Corporate Governance terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya tbk                                 |                          |   |                      |

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Hormat Saya

Syiva Difi Oktavianny

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
  2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
  3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

\*\* Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN FISIPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre-PT/11/2019  
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Muktar Basri No 3 Medan 20218 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | sumedan



Hal : Permohonan Pergantian Judul  
 Kepada Yth :  
 Dekan Fakultas Agama Islam  
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

21 Ramadhan 1444 H  
 12 April 2023 M

Di -  
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Syiva Difi Oktavianny  
 Npm : 1901270041  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Kredit Kumalatif : 3,86  
 Megajukan pergantian judul sebagai berikut



**Judul Awal**

Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya tbk

1. Alasan pergantian judul : 1. Pihak perusahaan tidak memberikan surat balasan izin riset

**Ketetapan Judul Yang Di Usulkan Setelah Seminar Proposal**

Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan, dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Hormat Saya

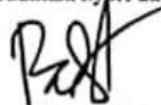
  
 Syiva Difi Oktavianny

Mengetahui  
 Dekan FAI UMSU



Dr. Muhammad Qorib, MA  
 NIDN : 0103067503

Ketua Program  
 Studi Perbankan Syariah

  
 Dr. Rahmayati, SE, I.M.E.I  
 NIDN : 0102108902

Pembimbing

  
 Assoc. Prof. Dr. Siti Mujlatun, SE, M.M  
 NIDN : 0115086103



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
Kantor Cabang Pembantu Kabanjahe  
Komplek Ruko Raja Lahi Munze Blok E No. 1-2  
Jl. Selamat Ketanen Kel. Gung Lelo  
Kec. Kabanjahe, Kab. Karo 22111  
Indonesia  
T : +62628 21999  
F : +62628 21859  
www.bankbsi.co.id

Kabanjahe, 04 April 2023  
No.03/097-3/515

Kepada :  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah  
Jl. Mukhtar Basri No. 3 Medan  
Medan

U.p. Yth. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, M.A.

Perihal : **PERSETUJUAN PENELITIAN MAHASISWA UMSU DI BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP KABANJAHE**

Ref : Surat No.375/11.3/UMSU-01/F/2023 tanggal 03 April 2023 perihal Izin Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

"Semoga Bapak beserta seluruh staf senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufiq dan hidayah dari Allah SWT. Amin."

Sesuai dengan perihal di atas, dengan ini kami sampaikan persetujuan izin penelitian ilmiah mahasiswa di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe yang dapat dimulai pada tanggal 04 April 2023 sampai dengan 11 April 2023 dengan data sebagai berikut:

| NO | NAMA                  | NIM        | JUDUL SKRIPSI  |
|----|-----------------------|------------|--|
| 1  | Syiva Difi Oktavianny | 1901270041 | Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe |

Kami berharap pada saat kegiatan penelitian Mahasiswa yang bersangkutan dapat mengikuti ketentuan yang berlaku di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA  
KCP KABANJAHE

Taufik  
Branch Operation & Service Manager



Desel Fianti  
Operational Staff



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
 Kantor Cabang Pembantu Kabanjaje  
 Komplek Ruko Raja Lahi Munte Blok E No. 1-2  
 Jl. Selamat Ketaren Kel. Gung Leta  
 Kec. Kabanjaje, Kab. Karo 22111  
 Indonesia  
 T : +62628 21999  
 F : +62628 21859  
 www.bankbsi.co.id

Kabanjahe, 11 April 2023  
 No.03/099-3/515

Kepada :  
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
 Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah  
 Jl. Mukhtar Basri No. 3 Medan  
 Medan

U.p. Yth. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, M.A.

Perihal : **SURAT SELESAI RISET**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

"Semoga Bapak beserta seluruh staf senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufiq dan hidayah dari Allah SWT. Amin."

Sehubungan dengan telah berakhirnya masa riset mahasiswa UMSU, atas nama:

| NO | NAMA                  | NIM        | JUDUL SKRIPSI  |
|----|-----------------------|------------|--|
| 1  | Syiva Difi Oktavianny | 1901270041 | Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction Terhadap Cross Selling Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjaje |

Maka dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa tersebut diatas benar telah melaksanakan riset di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjaje dari tanggal 04 April 2023 s/d 11 April 2023.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA  
 KCP KABANJAHE

Taufik  
 Branch Operation & Service Manager



Desel Fianti  
 Operational Staff



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama Lengkap : Syiva Difi Oktavianny  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 06 Oktober 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Matahari IV LK VII No. 259 Blok VI Perumnas  
Helvetia Medan  
No. Hp : 081371177326

### **Pendidikan Formal**

SD : SD Swasta Kartika I-1 Medan (2006-2012)  
SMP : SMP Swasta Kartika I-1 Medan (2012-2015)  
SMA : SMA Swasta Kartika I-1 Medan (2015-2018)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
(2019)

### **Penghargaan**

1. Lolos dalam Program Kampus Mengajar Angkatan 2 Tahun 2021
2. Lolos dalam Program Magang Bersertifikasi 2022 (PT. Pegadaian Kanwil I  
Medan – Magenta)