

## **Pengaruh Optimalisasi Edukasi Digital Transaction terhadap Cross Selling Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe**

**Syiva Difi Oktavianny**

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: syivadifioktavianny@gmail.com

### **Abstrak**

*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

## 1. PENDAHULUAN

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).

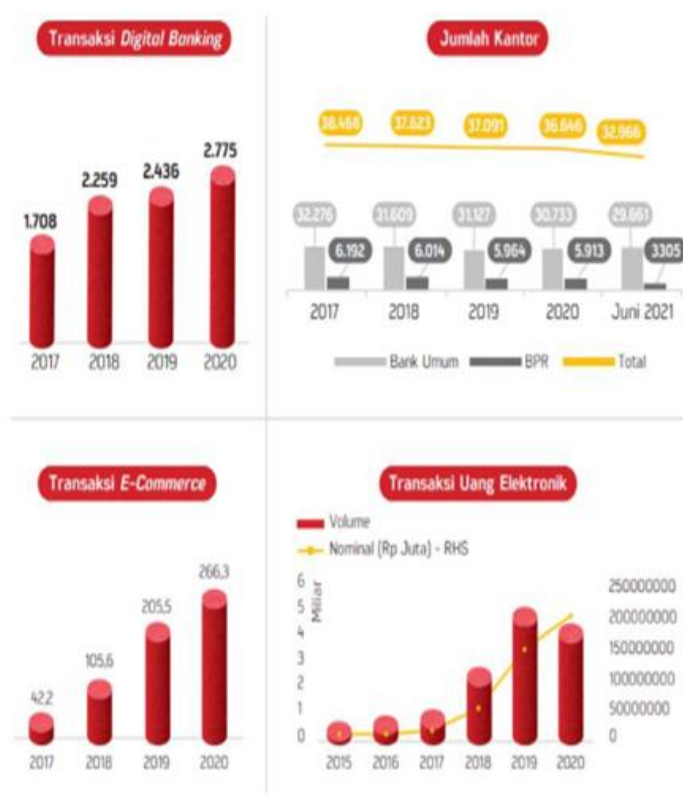
Fintech (*financial technology*) memiliki keunggulan dalam kecepatan layanan dan kemudahan menangani pelanggan sehingga ekspektasi dan kebutuhan pelanggan dapat terlayani dengan lancar. Salah satu produk transformasi digital dari dunia perbankan saat ini yang telah tersedia yaitu *e-money*, *e-wallet*, 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”**.

## 2. METODE 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, di mana 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.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. 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 <math>R_{hitung}</math></b> | <b>Nilai Ketentuan <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_{hitung}</math></b> | <b>Nilai<br/>Ketentuan<br/><math>R_{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 dengan bank lain” | 0,721                                             | 0,169                                                 | Valid             |
| <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**

| Variabel                    | Cronbach's Alpha | Item | Keterangan |
|-----------------------------|------------------|------|------------|
| Cross Selling Nasabah       | 0,922            | 10   | Reliabel   |
| Edukasi Digital Transaction | 0,895            | 10   | Reliabel   |

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

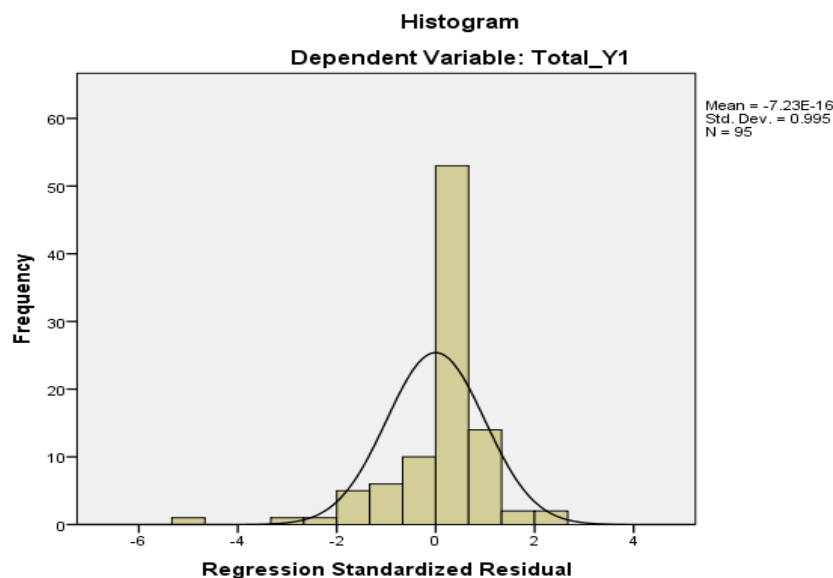
Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpretasi reliabilitas lebih tinggi dari 0,6 atau 60% dengan demikian seluruh instrument variabel penelitian ini adalah reliabel atau layak. Untuk analisis berikutnya juga layak karena reliabel (dapat dipercaya).

### 3. Uji Kualitas Data

#### 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.



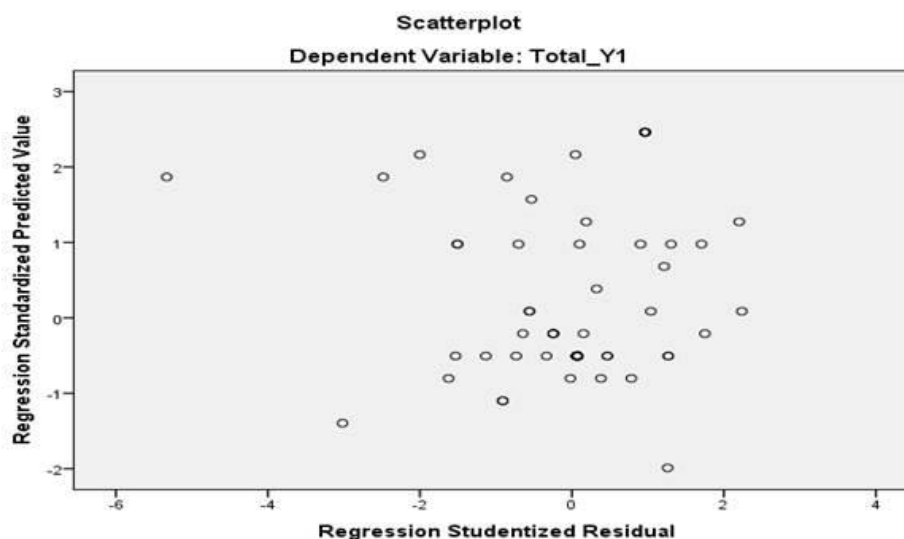
Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 22 (diolah) 2023

### 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 I-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**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 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 koefisien 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>**

| 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 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.

**b. 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 senilai 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.

#### 4. 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  $t_{hitung} 10.169 > 1.661$  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  $0,527 (100) = 52,7\%$ .

#### 5. REFERENSI

- Alfarizi, Muhammad, Rastinia Kamila Hanum, and Syaibatul Aslamiah 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.
- Mncetrija.com. 2022. "Edukasi Transaksi Keuangan Digital." 26 Januari 2022. <https://www.mncetrija.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.
- Alfarizi, Muhammad, Rastinia Kamila Hanum, and Syaibatul Aslamiah 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.
- Mncetrija.com. 2022. "Edukasi Transaksi Keuangan Digital." 26 Januari 2022. <https://www.mncetrija.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*.