



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK PADA BANK UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS BANK

Febriyana Nur Aziza Sagita Sari¹, Intan Wahyuningtyas Andini²

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Email: gitafebriyann@students.unnes.ac.id , intanwahyuningtyas1450@studnet.unnes.ac.id

Abstrak. Bank saat ini menjadi lokasi paling aman dan menarik bagi masyarakat untuk melakukan transaksi. Masyarakat juga sangat memperhatikan barang yang ditawarkan bank yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Di Indonesia terdapat berbagai jenis bank dan salah satunya adalah bank BRI yang terletak di Lampung Selatan yaitu BRI Unit Candipuro. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diversifikasi produk pada bank untuk meningkatkan profitabilitas bank. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan fokus pada analisis dan sintesis dari berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi yang telah tersedia mengenai penerapan strategi diversifikasi produk di sektor perbankan serta dampaknya terhadap profitabilitas. Strategi diversifikasi produk merupakan upaya penting bagi bank untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan mengembangkan berbagai jenis layanan keuangan seperti produk investasi, manajemen kekayaan, layanan digital, dan perbankan syariah, bank mampu menjangkau lebih banyak segmen pasar dan menciptakan stabilitas operasional. Diversifikasi ini juga membantu bank mengurangi risiko yang timbul dari ketergantungan pada satu jenis produk, serta membuka peluang pendapatan tambahan melalui biaya layanan non-bunga. Contohnya adalah keberhasilan Bank Mandiri dengan super-app *Livin' by Mandiri* yang meningkatkan jumlah pengguna aktif dan pendapatan berbasis fee

Kata Kunci: Diversifikasi, Bank, Profitabilitas.

Abstract. Banks are currently the safest and most attractive location for people to make transactions. The public also pays great attention to the goods offered by banks which aim to meet their needs. In Indonesia there are various types of banks and one of them is the BRI bank which is located in South Lampung, namely the BRI Candipuro Unit. This research aims to analyze bank product diversification strategies to increase bank profitability. This research uses a literature study approach with a focus on analysis and synthesis of various relevant previous research. This

approach aims to identify and evaluate available information regarding the implementation of product diversification strategies in the banking sector and its impact on profitability. The product diversification strategy is an important effort for banks to increase profitability and competitiveness amidst the increasingly competitive banking industry. By developing various types of financial services such as investment products, wealth management, digital services and sharia banking, banks are able to reach more market segments and create operational stability. This diversification also helps banks reduce the risks arising from dependence on one type of product, as well as opening up additional income opportunities through non-interest service fees. An example is Bank Mandiri's success with the super-app Livin' by Mandiri which increased the number of active users and fee-based income.

Keywords: Diversification, Bank, Profitability

1. PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Bank saat ini menjadi lokasi paling aman dan menarik bagi masyarakat untuk melakukan transaksi. Masyarakat juga sangat memperhatikan barang yang ditawarkan bank yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Di Indonesia terdapat berbagai jenis bank dan salah satunya adalah bank BRI yang terletak di Lampung Selatan yaitu BRI Unit Candipuro. Untuk dapat bersaing, bank memerlukan produk yang bervariasi. Bank meluncurkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan hal itu akan berkembang menjadi keinginan masyarakat. Diversifikasi di sektor perbankan berkembang pesat karena menyediakan kesempatan bagi bank untuk memperoleh laba di luar pendapatan bunga (net interest income). Sebagai strategi kunci, diversifikasi harus diterapkan di berbagai bidang usaha, termasuk perbankan, untuk menurunkan risiko operasional. Sebagaimana dijelaskan oleh Markowitz (1952) dalam teori portofolio, diversifikasi mirip dengan prinsip "jangan menaruh semua telur dalam satu keranjang," yang memahami pentingnya mendistribusikan fokus usaha guna mengurangi risiko. Dengan melakukan diversifikasi, bank tidak hanya bergantung pada satu elemen bisnis, tetapi juga memperluas jangkauannya ke sejumlah produk dan layanan seperti tabungan, pinjaman, dan investasi. Ini tidak hanya mengurangi kemungkinan kerugian tetapi juga menciptakan kesempatan untuk menjangkau lebih banyak segmen nasabah. Dalam iklim persaingan yang semakin ketat, inovasi melalui diversifikasi produk menjadi faktor penting bagi bank untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan. Strategi ini juga memperkuat peran bank sebagai agen pembangunan (agent of development), sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Selain itu, bank berkontribusi pada stabilitas ekonomi dengan mendorong investasi, konsumsi, dan distribusi melalui layanan keuangan. Dalam praktiknya, bank terlibat dalam aktivitas pemberian kredit.³ Dari situ, bank mendapatkan pendapatan utama mereka. Namun, bank juga bisa mengumpulkan pendapatan tambahan dari sumber non bunga, yang dimaksudkan sebagai opsi pemasukan lain. Diversifikasi pendapatan adalah pendekatan yang diambil oleh bank untuk mendapatkan pendapatan yang tidak hanya berasal dari selisih bunga, tetapi juga dari pendapatan non bunga yang diperoleh serta berbagai layanan keuangan dan produk perbankan lainnya. Pendapatan utama bank berasal dari pendapatan bunga yang diperoleh melalui kegiatan inti seperti pemberian kredit. Pendapatan bunga tetap menjadi perhatian utama bagi bank konvensional, sehingga seringkali menimbulkan risiko tinggi ketika hal-hal yang tidak terduga terjadi. Salah satu cara untuk menerapkan diversifikasi di perbankan adalah dengan memperluas aktivitas perbankan ke bidang-bidang seperti perdagangan sekuritas,



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

penjualan asuransi, menjadi penjamin emisi, menyediakan jasa layanan transaksi, bank investasi, dan lainnya. Dengan pengaruh diversifikasi tersebut berdasarkan penelitian dan pakar hal itu berpengaruh terhadap profitabilitas pada bank.

Inovasi pada produk dapat dilakukan dengan menciptakan produk yang benar-benar baru dan juga membuat produk yang unik dengan sesuai kebutuhan nasabah yang beragam. Inovasi produk dapat tercipta melalui pengembangan barang yang sepenuhnya baru serta dengan mendesain barang yang khas sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang bervariasi. Nasabah memilih produk dengan penilaian baik dari beberapa produk yang ditawarkan untuk menunjang kebutuhannya dalam hal ini bank melakukan diversifikasi produk. Pelanggan mengambil keputusan atas pilihan barang berdasarkan penilaian positif terhadap beberapa opsi yang tersedia, dan dalam konteks ini, bank melakukan variasi produk. Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nasabah bank yang bisa dilakukan dengan melihat fenomena yang ada di lingkungan masyarakat dan perkembangan bank pesaing lainnya. Variasi produk adalah salah satu strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan bank, yang bisa dicapai dengan memperhatikan keadaan yang ada di komunitas dan kemajuan bank kompetitor lainnya. Selain itu juga promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, karena promosi merupakan salah satu faktor yang tepat dan efisien dalam hal menarik nasabah dan bisa juga untuk mempertahankan nasabah yang ada. Selain itu, promosi berkontribusi pada penambahan jumlah pelanggan, karena promosi adalah salah satu elemen yang efektif dan tepat untuk menarik perhatian nasabah serta mempertahankan yang telah ada. Promosi dapat mempengaruhi nasabah untuk memakai produk yang ditawarkan dan pada akhirnya promosi dapat meningkatkan citra baik terhadap nasabah. Promosi dapat mendorong pelanggan untuk menggunakan produk yang ditawarkan, dan pada akhirnya, promosi dapat memperbaiki persepsi positif di mata pelanggan. Pada penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Diversifikasi Produk pada Bank untuk Meningkatkan Profitabilitas Bank" ini, peneliti berfokus pada peran diversifikasi produk pada bank dalam peningkatan profitabilitas bank. Dengan membahas mengenai bagaimana strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh bank sesuai dengan ketentuan tentang Perbankan dapat meningkatkan profitabilitas bank dan bagaimana strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh bank dapat meningkatkan profitabilitas bank. Hal ini penting untuk meneliti diversifikasi produk bank yang merupakan sumber pendapatan lain bagi bank yang memberikan manfaat dalam peningkatan kinerja.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan fokus pada analisis dan sintesis dari berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi yang telah tersedia mengenai penerapan strategi diversifikasi produk di sektor perbankan serta dampaknya terhadap profitabilitas. Dengan mengkaji berbagai sumber literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang teori, praktik, dan hasil dari diversifikasi produk dalam konteks perbankan, sekaligus mengisi kesenjangan pengetahuan yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketentuan Perundang-Undangan tentang Perbankan mengenai Strategi Diversifikasi Produk yang Diterapkan oleh Bank

Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 ini menjadi dasar hukum bagi adanya sistem perbankan ganda di Indonesia, di mana sistem perbankan tradisional beroperasi bersamaan dengan sistem perbankan. Dalam konteks ini, diversifikasi produk diartikan sebagai upaya bank untuk memperluas dan menambah variasi penawaran produk guna memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam. Regulasi ini mendorong bank untuk tidak hanya mengandalkan produk tradisional, tetapi juga untuk mengembangkan produk baru yang inovatif dan sesuai dengan perubahan pasar. Strategi diversifikasi produk yang diimplementasikan oleh bank dapat meningkatkan daya saing dan keuntungan. Dengan menawarkan berbagai produk, bank dapat menjangkau lebih banyak segmen pasar, serta mengurangi risiko yang berkaitan dengan ketergantungan pada satu jenis produk atau layanan.⁶ Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari diversifikasi, yaitu untuk meminimalkan risiko dan memperkuat stabilitas pendapatan. Penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah nasabah dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berpengaruh langsung pada peningkatan profitabilitas bank.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan menetapkan dasar hukum bagi bank untuk memperluas berbagai produk dan layanan keuangan. Pada Pasal 6, dijelaskan bahwa bank diizinkan untuk menyediakan berbagai jenis layanan, termasuk simpanan, pinjaman, dan layanan finansial lainnya. Dengan strategi diversifikasi produk, bank tidak hanya mematuhi peraturan hukum, tetapi juga meningkatkan perannya sebagai agen pembangunan. Penelitian oleh Berger et al. (2010) menunjukkan secara empiris bahwa bank yang mengadopsi diversifikasi produk cenderung memiliki tingkat keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan bank yang hanya berfokus pada satu jenis produk. Penelitian ini berpusat pada sektor perbankan di Eropa dan mengungkapkan bahwa pendapatan dari produk non-bunga bisa menjadi sumber pendapatan yang konsisten, terutama saat suku bunga berada pada level rendah. Penelitian serupa di Indonesia oleh Yulianti dan Wijaya (2020) menunjukkan bahwa bank besar di Indonesia, seperti BCA, BRI, dan Mandiri, dapat meningkatkan keuntungan mereka melalui variasi produk. Bank-bank ini tidak hanya menyediakan layanan klasik, tetapi juga menawarkan produk investasi, asuransi, dan layanan digital yang semuanya berkontribusi besar terhadap pendapatan. Salah satu contoh diversifikasi yang berhasil adalah peluncuran layanan perbankan digital oleh bank di Indonesia. BCA, misalnya, melalui aplikasi BCA Mobile, tidak hanya menawarkan layanan perbankan dasar tetapi juga fitur investasi dan pembayaran digital. Ini sesuai dengan laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah nasabah perbankan digital dalam tiga tahun terakhir.⁸

Diversifikasi produk juga membantu memperluas inklusi keuangan. Menurut penelitian oleh Beck et al. (2007), diversifikasi memungkinkan bank menjangkau pasar yang sebelumnya kurang terlayani, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Indonesia, program Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah contoh nyata bagaimana variasi produk kredit dapat meningkatkan akses perbankan di sektor UMKM. Namun, meskipun diversifikasi membawa banyak manfaat, ada tantangan yang perlu diperhatikan. Pelaksanaan strategi ini harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak menghambat fokus utama bank dalam memberikan layanan kepada nasabah. Selain itu, diperlukan analisis mendalam tentang pasar dan kebutuhan nasabah agar produk yang dikembangkan benar-benar relevan dan dapat diterima dengan baik di pasar. Oleh karena itu, bank harus melakukan penilaian secara berkala terhadap strategi diversifikasi mereka untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil tetap relevan dan efektif.



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Selain risiko operasional, ada tantangan lain dalam memperluas jangkauan produk, yaitu biaya implementasi yang tinggi. Investasi untuk infrastruktur teknologi guna mendukung diversifikasi produk perbankan digital memerlukan dana yang signifikan. Namun, manfaat jangka panjang yang diperoleh biasanya melebihi biaya awal. Dalam hal regulasi, OJK memiliki peran penting dalam mengawasi perubahan produk oleh bank. Regulasi yang jelas dan tegas, seperti yang berkaitan dengan produk derivatif atau fintech, membantu memastikan bahwa diversifikasi dilakukan sesuai dengan prinsip kehati-hatian (perbankan prudensial). Hal ini dijelaskan dalam laporan tahunan OJK 2023. Walaupun banyak keuntungannya, diversifikasi produk memerlukan perencanaan yang menyeluruh. Ini mencakup analisis kebutuhan pasar, evaluasi risiko, dan pengembangan infrastruktur teknologi. Penelitian oleh Yulianti (2021) menyarankan bahwa bank perlu terus mendidik nasabah mengenai produk baru untuk meningkatkan tingkat adopsi. Oleh karena itu, diversifikasi produk menjadi strategi penting bagi bank dalam meningkatkan profitabilitas dan daya saing. Namun, keberhasilan strategi ini tergantung pada pelaksanaan yang tepat, kepatuhan terhadap regulasi, dan manajemen risiko yang baik. Dengan dukungan dari kebijakan pemerintah dan inovasi teknologi, diversifikasi produk dalam sektor perbankan Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang.

Strategi Diversifikasi Produk Yang Diterapkan Oleh Bank Dalam Meningkatkan Profitabilitas Bank

Strategi diversifikasi produk adalah upaya strategis yang dilakukan bank untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan profitabilitas, serta menciptakan stabilitas operasional di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat. Diversifikasi ini mencakup pengenalan berbagai layanan keuangan yang inovatif, seperti pinjaman berbasis digital, produk investasi, manajemen kekayaan, dan integrasi teknologi finansial dalam platform digital seperti mobile banking dan dompet elektronik. Langkah ini dirancang untuk merespons kebutuhan pelanggan yang semakin beragam serta mengatasi risiko ketergantungan pada satu jenis produk atau layanan tertentu. Menurut Kotler dan Keller, diversifikasi bertujuan untuk memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada pelanggan, memperluas cakupan pasar, dan mengurangi kerentanan bisnis terhadap fluktuasi pasar. Dalam pelaksanaannya, diversifikasi produk memungkinkan bank untuk menciptakan berbagai sumber pendapatan tambahan, termasuk dari biaya layanan digital atau investasi. Strategi ini memberikan peluang untuk meningkatkan margin keuntungan tanpa terlalu bergantung pada bunga kredit sebagai sumber utama pendapatan. Selain itu, diversifikasi juga membantu bank menyebarkan risiko ke berbagai lini bisnis sehingga mengurangi dampak negatif dari penurunan kinerja di satu segmen tertentu. Bank yang mampu menawarkan produk dan layanan yang lebih variatif cenderung memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

Implementasi diversifikasi produk dilakukan melalui berbagai inovasi, seperti penyediaan berbagai jenis kredit, layanan investasi, dan wealth management. Bank juga mengembangkan layanan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi, pembayaran, dan investasi secara lebih mudah melalui aplikasi berbasis teknologi. Selain itu, produk perbankan syariah menjadi salah satu pendekatan untuk menjangkau segmen nasabah yang memprioritaskan prinsip syariah. Dalam praktiknya, keberhasilan diversifikasi produk telah dibuktikan oleh beberapa bank besar di Indonesia. Contohnya, Bank Mandiri yang menghadirkan super-app Livin' by Mandiri, berhasil meningkatkan

jumlah pengguna aktif dan pendapatan berbasis fee melalui berbagai fitur digital. Sementara itu, Bank BCA memanfaatkan inovasi seperti Virtual Account dan Tahapan Berjangka untuk meningkatkan pendapatan non-bunga secara signifikan. Namun, pelaksanaan diversifikasi tidak terlepas dari tantangan. Investasi besar diperlukan untuk membangun infrastruktur teknologi dan melatih sumber daya manusia agar mampu mengelola produk baru dengan optimal. Selain itu, bank harus memastikan bahwa setiap inovasi sesuai dengan regulasi yang berlaku, terutama untuk layanan digital dan investasi yang memerlukan tingkat transparansi dan keamanan tinggi. Persaingan di sektor perbankan juga semakin intensif karena banyak bank lain yang menerapkan strategi serupa, sehingga meningkatkan tantangan untuk menarik perhatian nasabah.

Diversifikasi produk memiliki dampak langsung terhadap profitabilitas bank, terutama melalui peningkatan pendapatan berbasis fee dari layanan digital dan wealth management. Selain itu, bank yang mampu menyediakan berbagai layanan sesuai kebutuhan nasabah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang. Di sisi lain, digitalisasi layanan sebagai bagian dari diversifikasi juga membantu bank meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya. Dengan strategi diversifikasi yang dirancang secara optimal, bank tidak hanya dapat memperkuat posisi di pasar, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Strategi diversifikasi produk merupakan upaya penting bagi bank untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan mengembangkan berbagai jenis layanan keuangan seperti produk investasi, manajemen kekayaan, layanan digital, dan perbankan syariah, bank mampu menjangkau lebih banyak segmen pasar dan menciptakan stabilitas operasional. Diversifikasi ini juga membantu bank mengurangi risiko yang timbul dari ketergantungan pada satu jenis produk, serta membuka peluang pendapatan tambahan melalui biaya layanan non-bunga. Contohnya adalah keberhasilan Bank Mandiri dengan super-app *Livin' by Mandiri* yang meningkatkan jumlah pengguna aktif dan pendapatan berbasis fee. Diversifikasi produk menghadapi berbagai tantangan seperti biaya investasi yang tinggi untuk teknologi, pelatihan sumber daya manusia, dan penyesuaian terhadap regulasi ketat, terutama di sektor layanan digital dan investasi. Oleh karena itu, keberhasilan strategi ini bergantung pada perencanaan yang matang, analisis kebutuhan pasar, dan penerapan inovasi yang relevan. Bank juga perlu mengelola risiko secara hati-hati agar langkah diversifikasi tidak mengurangi fokus utama dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Dengan dukungan teknologi dan regulasi yang sesuai, diversifikasi produk dapat memperkuat posisi bank di pasar dan menciptakan pertumbuhan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, Wahidah, and Fahmi Faisal. "Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Kanwil X Makassar." *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi* 3, no. 1 (2016): 154-169.
- Aldiva, M., Taufiq Bupi. 2019. Pengaruh Inovasi dan Diversifikasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD. Klindocare Duri. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), h. 1-11.
- Astuti, Tri, and Khalida Utami. "PERAN DIVERSIFIKASI PENDAPATAN DALAM PENINGKATAN KINERJA BANK PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Accounting Profession Journal (APAJI)* 4, no. 2 (2022): 1-11
- BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN. N.p.: Lakeisha, 2024.



DOI:.....

<https://journal.journeydigitaledutama.com>

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2007). Finance, Inequality, and the Poor. *Journal of Economic Growth*

Indrajaya, Aditya Kurnia, Stevan Goklas Simanjuntak, and Susy Muchtar. "Bank Risk, Profitability, Dan Investment Diversification: Studi Perusahaan Perbankan Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi* 27, no. 1 (2022): 64-79.

Isgiyarta, Jaka, and Habsyah Fitri Aryani. "Pengaruh pertumbuhan aset terhadap profitabilitas perbankan dengan variabel mediasi diversifikasi aset." *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)* 5, no. 1 (2020): 70-84.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.

Manajemen Pendanaan dan Pembiayaan Perbankan Syariah. N.p.: Penerbit Salemba, 2024.

PENGANTAR KEBANKSENTRALAN. N.p.: CV. Green Publisher Indonesia, 2022. BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN. N.p.: CV. Green Publisher Indonesia, 2022. PERBANKAN SYARIAH: Fenomena Terkini dan Praktiknya di Indonesia. N.p.: Penerbit NEM, 2020.

Pratomo, Sandy. "Pengaruh struktur kepemilikan, diversifikasi produk, dan profitabilitas terhadap financial risk disclosure di Indonesia (studi pada perbankan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015)." (2017).

Putra, Aditya Mahendra, and Irene Rini Demi Pangestuti. "Pengaruh Struktur Pasar, Kompetisi, Diversifikasi, Dan Risiko Kredit Terhadap Profitabilitas Bank Dengan Bank Size Sebagai Variabel Kontrol (Studi Pada Bank Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)." *Diponegoro journal of management* (2019): 117-125.

Wigono, R. W. A., WA, A. R., Hasbullah, H., Desmon, D., Nasir, M., & Yulistina, Y. (2024). ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA BANK ASING DAN BANK NASIONAL DENGGA MENGGUNAKAN RASIO KEUANGAN PADA PERIODE 2018-2023. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 696-706.

Yulianti, I., & Wijaya, H. (2020). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Profitabilitas Bank di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.