

Strategi Pengembangan Perluasan Akses Lembaga Keuangan: Studi Kasus di Provinsi Bali

Strategy in Expanding Financial Institution Access: Study Case at Province of Bali

Agni Alam Awirya^{a,*}, Dhita Aditya Nugraha^{a,**}, Emy Meylita Haloho^{b,**}

^aKantor Perwakilan Bank Indonesia Wilayah III

^bBank Indonesia

Abstract

Expanding financial access is one among many ways in developing financial sector. This study analyzed the connection of communities characteristics to the access of financial institution which can be used in establishing the accurate development strategy of financial inclusion. This study used three approaches: descriptive analysis, factorial analysis, and path analysis based on questionnaires distributed to 600 respondents across Province of Bali. The result of the study shows that the most important factor in developing financial access is quality, especially the speed of transaction. Moreover, individual quality improvement in either education or wealth stimulates the utilization of branchless banking services.

Keywords: *Financial Institutional Access; Branchless Banking; Quality; Transaction Speed*

Abstrak

Salah satu upaya pengembangan sektor keuangan adalah melalui perluasan akses keuangan. Studi ini menganalisis kaitan karakteristik masyarakat dengan akses lembaga keuangan yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pengembangan keuangan inklusif yang tepat sasaran. Studi ini menggunakan tiga pendekatan, yaitu analisis deskriptif, analisis faktor, dan analisis jalur pada hasil kuesioner yang disebarakan ke 600 responden di seluruh Provinsi Bali. Hasil studi menunjukkan bahwa faktor yang dianggap paling penting dalam mengembangkan akses keuangan adalah kualitas terutama kecepatan transaksi. Selain itu, peningkatan kualitas individu, baik dari sisi pendidikan maupun kekayaan, mendorong peningkatan keinginan menggunakan jasa keuangan berupa layanan *branchless banking*.

Kata kunci: Akses Lembaga Keuangan; *Branchless Banking*; Kualitas; Kecepatan Transaksi

JEL classifications: D12; G21

Pendahuluan

Peran lembaga keuangan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah sebagai *financial intermediaries* yang membagi dana dari pemilik dana kepada sektor-sektor usaha yang produktif. Pembiayaan lembaga keuangan menuntut adanya peningkatan sektor produksi

*Kantor Perwakilan Bank Indonesia Sibolga. Jln. Kapten Maruli Sitorus No. 8 Sibolga - Sumatera Utara. HP: 081808309726. E-mail: agniiesp98@gmail.com.

** E-mail: d.adityanugraha@gmail.com. (Dhita A. Nugraha) & emymeylita@gmail.com (Emy M. Haloho).

sehingga mendorong peningkatan produktivitas. Greenwood dan Jovanovic (1990) maupun King dan Levine (1993), serta masih banyak studi lainnya menunjukkan keterkaitan yang erat antara perkembangan sektor keuangan dengan pertumbuhan ekonomi.

Salah satu upaya pengembangan sektor keuangan adalah melalui perluasan akses keuangan. Dengan demikian, peningkatan produktivitas akan terjadi dalam lingkup yang lebih luas. Oleh karena itu, akselerasi pertumbuhan ekonomi yang tercipta akan diikuti oleh peningkatan kesejahteraan masyarakat yang lebih merata¹. Usaha perluasan akses lembaga keuangan di Indonesia dikemas dalam program keuangan inklusif.

Program keuangan inklusif di Indonesia juga dilatarbelakangi oleh masih rendahnya akses masyarakat Indonesia pada jasa lembaga keuangan. Indeks keuangan inklusif *financial inclusion* Indonesia yang masih rendah merupakan salah satu indikasi lemahnya akses masyarakat pada lembaga keuangan. Data *Global Financial Inclusion Index 2012* menunjukkan bahwa persentase orang dewasa di Indonesia yang mengakses lembaga keuangan formal hanya sebesar 19,6% dari total penduduk dewasa. Proporsi ini lebih rendah dibandingkan proporsi negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Malaysia maupun Thailand dengan proporsi masing-masing sebesar 66,2% dan 72,7% (*The World Bank*, 2012).

Upaya pengembangan keuangan inklusif selain terhambat oleh kondisi geografis juga terhambat oleh kondisi sosial ekonomi masyarakat. Gardeva dan Rhyne (2011) menunjukkan bahwa masalah pengetahuan masyarakat terhadap lembaga keuangan menjadi hambatan yang cukup besar di Amerika Selatan, Afrika, dan Asia. Dengan demikian, upaya pengembangan akses keuangan yang lebih luas memer-

lukan pemahaman terhadap karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran.

Program pengembangan keuangan inklusif yang fokus pada pengembangan masyarakat telah dilakukan oleh berbagai negara menggunakan pendekatan yang berbeda-beda. Bold *et al.* (2012) menunjukkan bahwa program pengembangan keuangan inklusif di beberapa negara dilakukan dengan pendekatan dan target masyarakat yang berbeda-beda. Sebagai contoh adalah Brazil dengan program bernama *Bolsa Familia* dengan sasaran keluarga dengan tingkat kemiskinan yang parah dan memiliki tanggungan anak atau sedang mengandung. Selain itu, Kolombia dengan program bernama *Familias en Accion* dengan sasaran masyarakat sangat miskin di perkotaan dan perdesaan, serta masyarakat terlantar².

Studi yang menganalisis karakteristik masyarakat dan kaitannya dengan akses lembaga keuangan menjadi sangat penting untuk menyusun strategi pengembangan keuangan inklusif yang tepat sasaran. Cohen dan Nelson (2011) menunjukkan bahwa perkembangan keuangan inklusif saat ini tidak hanya fokus pada pengembangan infrastruktur saja, namun juga pada masyarakat yang diharapkan akan menggunakan jasa lembaga keuangan. Shetty (2008) menggunakan data rumah tangga di Karnataka, India yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat sangat rentan terhadap kemiskinan. Namun demikian, program keuangan mikro mampu meningkatkan akses rumah tangga terhadap layanan jasa keuangan sekaligus memberikan peningkatan kesejahteraan. Cracknell (2012) menunjukkan bahwa aspek manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu aspek yang menentukan dalam keberhasilan pengembangan akses keuangan masyarakat.

¹Kutipan dari *Keynote Speech* oleh Dwi Pranoto, dalam Seminar Ekonomi dengan topik "Akselerasi Pembangunan Ekonomi yang Inklusif melalui Penguatan Keuangan Inklusif", 27 Juni 2013.

²Selain Brasil dan Kolombia, Bold *et al.* (2012) juga menyajikan program pengembangan masyarakat berbasis keuangan inklusif di Meksiko dengan nama program *Oportunidades* dan Afrika Selatan dengan program *Child Care, Old Age Pension*.

Akses lembaga keuangan yang menjadi fokus bahasan adalah akses layanan lembaga keuangan tanpa kantor (*branchless banking*). Objek studi adalah masyarakat Bali yang memiliki akar budaya kuat di Indonesia. Bali juga sebagai tujuan wisata utama di Indonesia sehingga perilaku masyarakatnya relatif berbeda dengan wilayah lainnya di Indonesia. Keunikan perilaku masyarakat Bali yang berkaitan dengan bidang keuangan ditunjukkan oleh tetap bertahannya lembaga keuangan berbasis adat, yaitu Lembaga Perkreditan Desa (LPD) dalam melayani jasa keuangan di Bali. LPD dimiliki dan dikelola oleh desa adat di Bali yang disebut juga dengan desa *pakraman*. Jumlah LPD di Bali mencapai 1.422 unit yang tersebar di 1.482 desa *pakraman* dengan total aset mencapai lebih dari Rp6 triliun³.

Tujuan utama studi ini adalah menganalisis akses masyarakat pada lembaga keuangan sesuai dengan kondisi ekonomi dan sosial masyarakatnya. Selain itu, studi ini juga mengidentifikasi beberapa hal yang harus diperhatikan dalam upaya memperluas akses lembaga keuangan. Akses lembaga keuangan yang lebih luas diharapkan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi Bali yang dapat dirasakan oleh lapisan masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi upaya pengembangan akses lembaga keuangan pada masyarakat.

Tinjauan Referensi

Perilaku Konsumen dalam Memilih Lembaga Keuangan

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabis-

kan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Karakter konsumen dan proses pengambilan keputusan mendorong perilaku konsumen dalam memilih lembaga keuangan. Pada tahapan inilah sebenarnya proses yang paling menentukan itu terjadi, di mana konsumen berupaya untuk memutuskan dalam memilih lembaga keuangan untuk memanfaatkan jasa layanan keuangan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), dalam memilih, konsumen secara kuat dipengaruhi oleh karakter budaya, sosial, dan psikologis. Faktor budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Karena setiap kelompok masyarakat memiliki budaya, maka pengaruh budaya dalam memilih lembaga keuangan sangat beragam di setiap daerah. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti keluarga, aturan, dan status sosial konsumen. Faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumen ialah faktor-faktor psikologis. Faktor-faktor psikologis ini terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan, serta sikap.

Kotler dan Armstrong (2001) berpendapat ada lima tahapan dalam proses keputusan membeli berbagai barang dan jasa, yang dalam hal ini adalah memilih lembaga keuangan. Proses pertama adalah pengenalan kebutuhan (*need recognition*). Selanjutnya, konsumen akan melakukan pencarian informasi (*information search*) yang berkaitan dengan kebutuhannya akan lembaga keuangan dari berbagai sumber. Setelah melakukan pencarian informasi, konsumen akan mengevaluasi berbagai alternatif yang telah didapatkan. Hasil evaluasi tersebut akan menghasilkan keputusan lembaga keuangan mana yang dipilih oleh konsumen (*purchase decision*). Setelah menjadi nasabah dari suatu lembaga keuangan, konsumen bisa saja puas ataupun tidak puas. Hal ini akan menimbulkan perilaku pascapembelian (*post purchase behaviour*) atau dalam hal nasabah lembaga keuangan akan terus menjadi nasabah dan bahkan memanfaatkan produk-produk keuang-

³Berdasarkan Sambutan Gubernur Bali pada acara Rapat Evaluasi LPD Bali, Jumat, 21 September 2012 di Denpasar.

an lainnya. Perilaku pascapembelian juga merupakan cerminan dari tingkat kepuasan terhadap lembaga keuangan yang dipilih.

Strategi Pengembangan Keuangan Inklusif di Dunia

World Bank mendefinisikan strategi keuangan inklusif sebagai *road maps* suatu kegiatan, pada suatu level nasional atau level-subnasional, yang disusun oleh sektor publik yang bekerja sama dengan pihak swasta untuk peningkatan inovasi dan pengembangan yang sesuai dengan target keuangan inklusif (*The World Bank*, 2012). Strategi dapat diintegrasikan antara kegiatan sektor publik dan swasta untuk mengetahui hambatan keuangan inklusif, dan juga dapat memfokuskan pada kegiatan yang mempunyai implikasi yang besar, skala paling prioritas, seperti untuk UMKM atau perencanaan pendidikan keuangan. Keuangan inklusif berhubungan dengan *financial stability*, *financial integrity*, *market conduct*, dan *financial capability of consumers*⁴.

Strategi Pengembangan Keuangan Inklusif di Indonesia

Banyak sekali negara yang berusaha untuk meningkatkan akses keuangan penduduknya ke institusi keuangan, tidak terkecuali Indonesia. Hasil *Survei Neraca Rumah Tangga* yang dilakukan oleh Bank Indonesia tahun 2012 mengungkapkan bahwa hanya 48% rumah tangga di Indonesia yang memiliki tabungan di bank, institusi keuangan, dan institusi nonkeuangan. Distribusi layanan jasa perbankan di Indonesia masih kurang merata, secara umum rendah di kawasan Indonesia Timur dan cukup tinggi di Pulau Jawa dan Bali.

Untuk meningkatkan akses keuangan di Indonesia, disusunlah sebuah kerangka keuangan inklusif. Tujuan utamanya adalah kesejahteraan ekonomi yang dicapai dengan mengurangi

angka kemiskinan, pemerataan distribusi pendapatan, dan stabilitas sistem keuangan. Hal ini dilakukan dengan membuat sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh penduduk di Indonesia. Target utama program keuangan inklusif di Indonesia adalah tenaga kerja yang berpindah-pindah dan orang yang menetap di daerah terpencil. Program keuangan inklusif ini dimulai dari kategori kelompok yang sangat miskin, pekerja produktif namun masih miskin, mendekati miskin, dan tidak miskin (*Banking Research and Regulation Department-Bank Indonesia*, 2013).

Saluran yang digunakan untuk keuangan inklusif di Indonesia melalui institusi keuangan, baik bank maupun nonbank, dan juga pemerintah. Sedangkan produk/jasa keuangan yang ditawarkan adalah simpanan, kredit, asuransi, dana pensiun, dan lain sebagainya. Selain itu, dari pemerintah juga menawarkan keuangan publik melalui subsidi, insentif fiskal, program kesejahteraan sosial, *cash transfer* (bantuan langsung tunai/BLT) untuk orang miskin, dan lain sebagainya.

Strategi keuangan inklusif memiliki enam pilar, yaitu:

1. *Financial Education* (Pendidikan Keuangan), melalui program pendidikan untuk pelajar dan pekerja;
2. *Public Financial Facility* (Fasilitas Pinjaman pada Masyarakat), yaitu program Bantuan Langsung Tunai (BLT), Jaminan Kesejahteraan Masyarakat (Jamkesmas), Bantuan Sosial (Bansos);
3. *Mapping on Financial Information*, melalui *Financial Identity Number* (FIN) yaitu berupa pemberian nomor identitas pengguna jasa keuangan, *Credit Rating* (pemeringkat kredit);
4. *Supporting Regulation/Policy* (Peraturan dan kebijakan pendukung), seperti *branchless banking* (layanan bank tanpa kantor), "start-up" credit (kredit bagi pelaku usaha pemula seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR));

⁴<http://web.worldbank.org>.

5. *Intermediary/Distribution Facility* (fasilitas perluasan jasa keuangan) seperti program *Tabunganku (no-frills account/tabungan tanpa biaya administrasi), branchless banking, "start-up" credit* (kredit bagi pelaku usaha pemula seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), sertifikasi lahan;
6. *Customer Protection* (perlindungan konsumen), melalui mediasi perbankan, transparansi produk (*Banking Research and Regulation Department-Bank Indonesia, 2013*).

Selanjutnya dari kajian di berbagai negara, disadari bahwa perbankan tidak dapat melakukan kegiatan *branchless banking* dengan efisien secara sendiri, namun dibutuhkan kerja sama dengan pihak lain, yaitu terutama perusahaan telekomunikasi. Selain itu, tujuan semula yang hanya berupaya untuk memperluas akses keuangan, kini semakin berkembang menjadi upaya peningkatan aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka *branchless banking* diperluas menjadi Layanan Keuangan Digital (LKD)⁵. Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014, definisi LKD adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan melalui kerja sama dengan pihak ketiga serta menggunakan sarana dan perangkat teknologi berbasis *mobile* maupun berbasis *web* dalam rangka keuangan inklusif (Bank Indonesia, 2014).

Studi Terdahulu

Tabel 1 merangkum beberapa studi terdahulu mengenai akses keuangan di beberapa negara.

Metode

Sebagian besar analisis dalam studi ini bersumber dari analisis data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada kepala keluarga

yang berdomisili di enam kabupaten di Provinsi Bali. Penyebaran kuesioner dilakukan pada November–Desember 2013. Unit analisis dalam studi ini adalah kepala keluarga dengan total responden sebanyak 600 responden. Jumlah responden ini lebih besar dibandingkan ukuran sampel yang layak dalam studi, yaitu sebesar 30 hingga 500 unit sampel (Roscoe, 1982). Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyampaian kuesioner kepada responden yang dilengkapi dengan wawancara untuk mendapatkan informasi yang relevan.

Responden tersebar di 6 kabupaten dengan rincian 3 kabupaten yang menjadi *pilot project program branchless banking*, yaitu Kabupaten Gianyar, Kabupaten Tabanan, dan Kabupaten Jembrana, serta 3 kabupaten yang relatif jauh dari pusat pertumbuhan ekonomi yaitu Kabupaten Bangli, Kabupaten Karangasem, dan Kabupaten Buleleng. Pembagian responden terbagi secara proporsional berdasarkan jumlah penduduk dengan rincian seperti pada Tabel 2.

Alat analisis data yang digunakan terbagi menjadi tiga bagian, yaitu statistik deskriptif, analisis faktor, dan analisis jalur (*path analysis*). Pada bagian pertama, statistik deskriptif berfokus pada analisis penggunaan layanan perbankan oleh masyarakat dengan karakteristik yang berbeda-beda. Hasil analisis disajikan dalam bentuk grafik *pie chart* maupun grafik distribusi frekuensi. Analisis juga mencakup analisis hubungan antarvariabel dengan menggunakan *cross tabulation*.

Analisis Faktor

Studi ini menggunakan analisis faktor untuk menentukan aspek terpenting yang dianggap penting dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan, khususnya layanan perbankan tanpa kantor (*branchless banking*). Analisis faktor yang digunakan adalah *confirmatory model* dengan *varimax rotation* yang mereduksi sepu-

⁵ www.bi.go.id.

Tabel 1: Studi Terdahulu Mengenai Akses Keuangan di Beberapa Negara

No	Judul	Objek	Metodologi	Kesimpulan
1	<i>Social Inclusion Through Financial Inclusion – An Empirical Study on Self Help Group Women in India</i> (Devi et al., 2012)	Pembiayaan mikro	<i>Garret's Ranking Technique</i>	Pembiayaan mikro efektif untuk mengurangi kemiskinan dengan melibatkan peran wanita.
2	<i>The Microfinance Promise in Financial and Welfare of Poor: Evidence from India</i> (Shetty, 2008)	Pembiayaan mikro	Uji beda kondisi <i>pre-microfinance</i> dan <i>post-microfinance</i>	Layanan kredit plus memiliki korelasi positif dengan peningkatan pengeluaran rumah tangga, pendapatan, aset, dan tenaga kerja. Pembiayaan mikro memiliki kontribusi untuk meningkatkan akses kredit konsumsi dan produktif.
3	<i>The Determinants of Bank Selection Choices by Customers: Recent and Extensive Evidence from Nigeria</i> (Aregbeyen, 2011)	Faktor-faktor yang memengaruhi nasabah untuk memilih bank	Analisis korelasi	Keamanan dana dan layanan jasa berbasis teknologi merupakan faktor utama nasabah dalam memilih bank.
4	<i>Bank Selection Criteria in the Iranian Retail Banking Industry</i> (Hedayatnia dan Eshghi, 2011)	Faktor-faktor yang memengaruhi nasabah untuk memilih bank	Analisis faktor	Faktor yang penting bagi nasabah dalam memilih bank adalah: kualitas layanan dan metode baru perbankan, inovasi dan responsif, keramahan staf dan kepercayaan manajer bank, harga dan biaya, perilaku staf bank, dan kenyamanan lokasi bank.
5	<i>Customer Perception towards Online Banking Services: Empirical Evidence from Pakistan</i> (Omar et al., 2011)	Menguji persepsi, preferensi, masalah, dan saran nasabah bank terhadap <i>online banking</i> di Pakistan	Analisis korelasi	Kebanyakan nasabah lebih memilih layanan internet <i>banking</i> dibanding layanan pada kantor cabang bank, terkait dengan reliabilitas, kenyamanan, kecepatan, keamanan, efektivitas biaya, kemudahan penggunaan, dan <i>error free system</i> .

Tabel 2: Rincian Sebaran Responden

Nama Kabupaten	Proyeksi Jumlah Penduduk Prov. Bali Tahun 2012 (Ribuan Jiwa) *)	Jumlah Responden
Gianyar	458	118
Tabanan	442	106
Jembarana	275	66
Bangli	217	54
Karangasem	457	100
Buleleng	694	157
Total	2.543	600

Sumber: *Bali Dalam Angka* (BPS, 2013)

luh variabel yang berhubungan dengan keuntungan, aksesibilitas, keamanan, dan kecocokan. Keuntungan, khususnya secara finansial, merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank. Kenaikan biaya yang dibebankan pada nasabah menyebabkan nasabah tidak setia (Filip dan Anghel, 2009). Secara tidak langsung, pembebanan biaya ini akan mengurangi keuntungan yang diperoleh nasabah. Keuntungan finansial juga berpengaruh terhadap pilihan bank oleh nasabah (Rehman dan Ahmed, 2008; Mokhlis *et al.*, 2010; Hinson *et al.*, 2013).

Salah satu penyebab nasabah berpindah bank adalah perpindahan tempat domisili sehingga jarak ke bank menjadi semakin jauh. Filip dan Anghel (2009) serta Rehman dan Ahmed (2008) juga memasukkan aksesibilitas sebagai salah satu alasan dalam pemilihan bank oleh nasabah. Jarak menjadi salah satu faktor dalam memilih bank terutama pada nasabah bank ritel (Mokhlis *et al.*, 2010). Chigamba dan Fatoki (2011) menyatakan hanya jarak ke rumah saja yang berpengaruh pada pilihan bank oleh nasabah. Pengaruh jarak tidak hanya mencakup jarak dari rumah ke bank, namun juga jarak dari tempat kerja ke bank (Torres dan Castells, 2006).

Masalah keamanan, khususnya yang berkaitan dengan solvabilitas dan reputasi bank berpengaruh pada pilihan bank oleh nasabah (Torres dan Castells, 2006). Mokhlis *et al.* (2010) menyatakan bahwa aspek keamanan yang berpengaruh pada pilihan bank sangat berkaitan dengan rasa aman nasabah dalam menggunakan jasa bank. Hinson *et al.* (2013) juga menyatakan bahwa perasaan aman yang berkaitan dengan reputasi bank menjadi salah satu faktor penentu pilihan bank oleh nasabah.

Aspek kecocokan juga menjadi salah satu faktor penentu bagi nasabah untuk memilih bank. Filip dan Anghel (2009) menyatakan bahwa kebiasaan merupakan salah satu faktor yang menentukan pilihan bank. Status dan kelas sosial nasabah juga membuat pilihan bank

menjadi berbeda antara masing-masing individu (Chepkangor, 2012). Bahkan dalam beberapa kasus, perilaku dari pegawai bank yang memberikan rasa nyaman kepada nasabah, turut berpengaruh pada pilihan bank oleh nasabah (Rehman dan Ahmed, 2008).

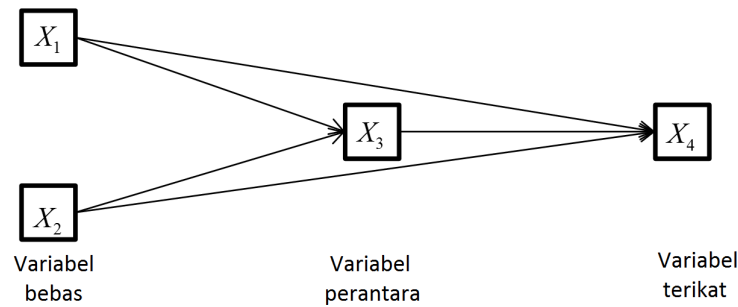
Analisis Jalur

Path analysis atau analisis jalur pada awalnya dikembangkan oleh Sewal Wright pada tahun 1920-an untuk menganalisis model hipotesis pada studi *phylogenetic*. Model dasar analisis jalur dapat dilihat pada Gambar 1.

Pola hubungan ditunjukkan dengan tanda panah yang menunjukkan hubungan sebab akibat antarvariabel, baik variabel bebas, perantara, maupun terikat yang dapat berjumlah satu atau lebih. Kemudian diestimasi koefisien jalur yang disebut "beta" yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model jalur tertentu.

Koefisien-koefisien jalur yang merupakan keluaran dari regresi dapat digunakan untuk mengurai korelasi-korelasi dalam suatu model ke dalam pengaruh langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan jalur langsung dan tidak langsung yang direfleksikan dengan anak panah-anak panah dalam suatu model tertentu.

Studi ini menggunakan analisis jalur untuk mengestimasi hubungan antarvariabel dengan fokus pada variabel-variabel yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan *branchless banking*. Penggunaan analisis jalur dilakukan dengan menyesuaikan skala data yang ada. Data yang digunakan dalam analisis jalur pada studi ini adalah data ordinal. Penggunaan data ordinal dalam analisis jalur masih dapat dilakukan dengan kriteria minimal lima kategori (Streiner, 2005). Menurut Suliyanto (2011), data ordinal dan Likert yang telah ditransformasi dapat digunakan dalam analisis data sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Dengan demikian, setelah dilaku-



Gambar 1: Diagram Analisis Jalur Sederhana

kan penyesuaian terbatas pada data hasil survei, maka analisis jalur dapat dilakukan.

Variabel bebas dalam analisis jalur ini adalah karakteristik individu, kemudian variabel moderasi yang digunakan adalah frekuensi penggunaan layanan bank dan pemahaman mengenai *branchless banking*. Variabel karakteristik individu yang *pertama* adalah kabupaten yang menggambarkan jarak antara kabupaten tempat tinggal responden dengan pusat kegiatan ekonomi. *Kedua*, jumlah pengeluaran yang menggambarkan tingkat kekayaan masing-masing responden. Jumlah penghasilan setiap individu berpengaruh dalam pilihan penggunaan jasa perbankan (Chepkangor, 2012). *Ketiga*, pendidikan responden karena perbedaan pendidikan merepresentasikan tingkat sosial yang berbeda juga. Perbedaan status dan kelas sosial berpengaruh dalam pilihan jasa keuangan, khususnya perbankan (Chepkangor, 2012). Interaksi variabel-variabel tersebut memengaruhi variabel terikatnya, yaitu keinginan individu menggunakan layanan *branchless banking*. Skema analisis jalurnya terlihat pada Gambar 2.

Hasil dan Analisis

Analisis Deskriptif

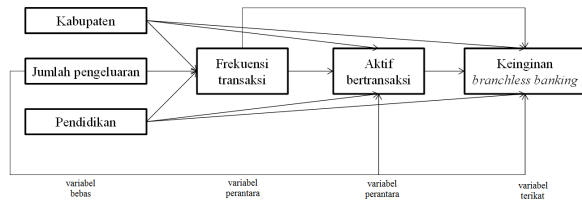
Analisis deskriptif menunjukkan beberapa temuan terkait dengan kesadaran responden terhadap produk perbankan. Hasil survei me-

nunjukkan bahwa 76% dari total 600 responden mengetahui produk perbankan dan sisanya tidak mengetahui. Sebanyak 91,9% dari responden yang mengetahui produk perbankan menyatakan memanfaatkan produk perbankan tersebut. Proporsi ini menunjukkan masih terdapat sebagian kecil responden yang belum memiliki produk perbankan.

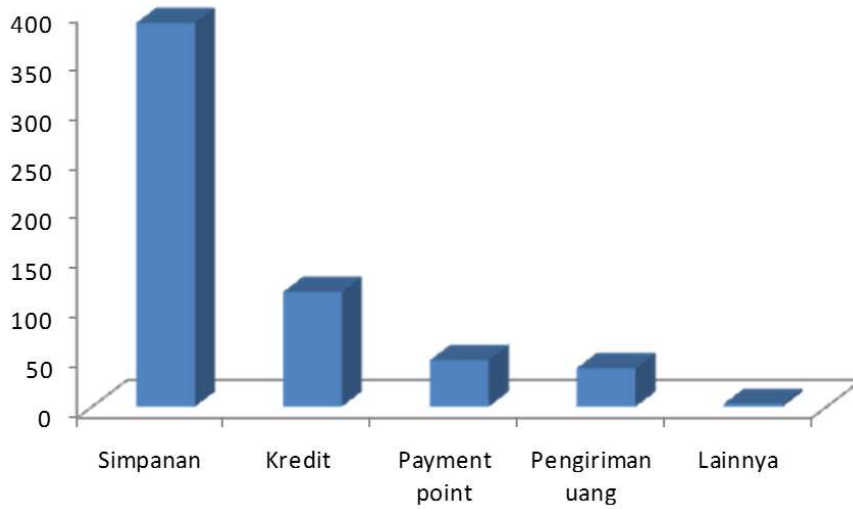
Hasil survei mengenai pemanfaatan produk perbankan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan produk simpanan dan hanya sebagian kecil responden yang memanfaatkan produk lainnya seperti kredit, layanan pembayaran, maupun pengiriman uang (Gambar 3).

Sebanyak 58% responden datang ke bank untuk bertransaksi dan sisanya (42%) tidak datang ke bank. Alasan utama yang menyebabkan keengganan nasabah untuk bertransaksi ke bank adalah masalah jarak tempuh, antrian yang panjang, dan terdapat media lain untuk bertransaksi seperti ATM maupun *internet banking* (Gambar 3). Prosedur yang menyulitkan, biaya transaksi, dan ketidakcocokan produk perbankan dengan kebutuhan transaksi juga menjadi alasan keengganan nasabah datang ke bank meskipun dalam porsi yang relatif lebih kecil.

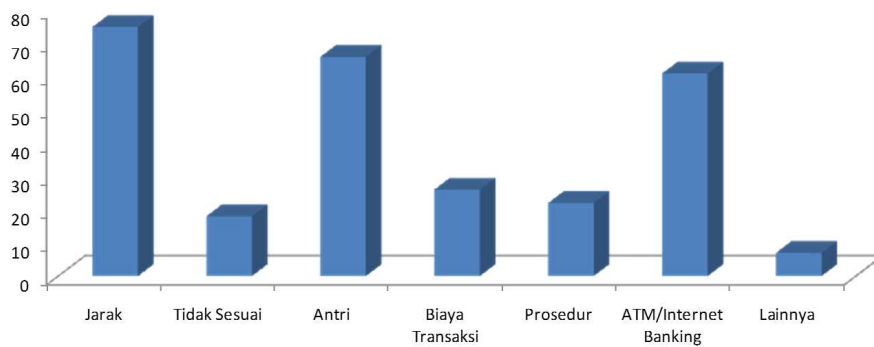
Banyaknya responden yang menyatakan jarak tempuh sebagai faktor penghambat kedatangan nasabah ke bank untuk bertransaksi menunjukkan kebutuhan layanan bank alternatif. Jika saat ini sudah terdapat la-



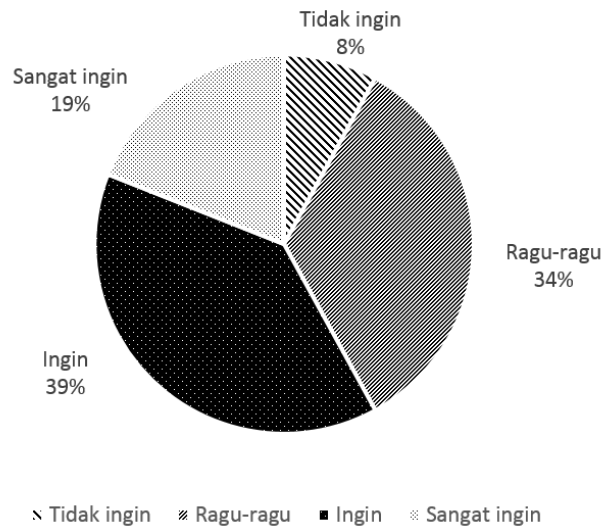
Gambar 2: Model Analisis Jalur



Gambar 3: Pemanfaatan Produk Perbankan
Sumber: Hasil Survei, diolah



Gambar 4: Alasan Nasabah Bank Tidak Datang ke Bank untuk Bertransaksi
Sumber: Hasil Survei, diolah



Gambar 5: Keinginan Menggunakan *Branchless Banking*
Sumber: Hasil Survei, diolah

yanan perbankan berbasis kartu seperti kartu ATM/debit dan layanan perbankan berbasis internet, maka pengembangan layanan perbankan jarak jauh lainnya juga perlu mendapat perhatian. Fasilitas layanan bank tanpa kantor (*branchless banking*) dapat menjadi salah satu alternatif yang dapat ditawarkan.

Hasil survei yang berkaitan dengan kesadaran responden pada *branchless banking* menunjukkan bahwa hanya 10% responden yang telah mengetahui mengenai program *branchless banking* dan sisanya belum mengetahui. Setelah mendapat penjelasan singkat mengenai *branchless banking*, 19% responden menyatakan sangat ingin menggunakan fasilitas layanan *branchless banking* dan 39% menyatakan ingin (Gambar 5). Sementara itu, 34% responden menyatakan ragu-ragu dan 8% responden menyatakan tidak ingin. Proporsi ini menunjukkan peluang implementasi *branchless banking* menjadi semakin terbuka.

Analisis Faktor

Tahapan pertama analisis faktor adalah melakukan uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan

JEPI Vol. 15 No. 1 Juli 2014

Bartlett untuk menentukan apakah estimasi dapat dilanjutkan pada tahapan berikutnya. Hasil estimasi menunjukkan nilai signifikansi uji KMO dan Bartlett sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi alpha 1% (Tabel 3). Hasil estimasi matriks *Anti-Image* menunjukkan bahwa seluruh 10 variabel memiliki nilai *Measure Sampling Adequacy* (MSA) lebih dari 0,5. *Principal component analysis* dengan rotasi *Varimax* telah diterapkan pada sepuluh variabel studi untuk mendapatkan faktor-faktor dasar.

Delapan variabel memiliki muatan yang tinggi pada faktor pertama yang dinamakan dengan kualitas. Sementara itu, dua variabel memiliki muatan yang tinggi pada faktor kedua yang dinamakan dengan kecocokan. Faktor kualitas mencakup aksesibilitas, keuntungan, dan keamanan. Variabel yang berhubungan dengan kualitas antara lain kecepatan transaksi, biaya yang lebih murah, kenyamanan transaksi, dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, keamanan transaksi, rekening yang aman, dan kemudahan transaksi (Tabel 4). Hasil survei juga menunjukkan bahwa kecepatan transaksi menjadi faktor yang paling penting dalam kategori

Tabel 3: Hasil Uji KMO dan Bartlett

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>		0,861
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	6.457,783
	<i>Df</i>	45
	<i>Sig.</i>	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Tabel 4: Faktor 1: Kualitas

Variabel	<i>Factor Loading</i>
Kecepatan transaksi	0,83
Biaya murah	0,84
Kenyamanan transaksi	0,83
Akses di mana saja	0,70
Akses kapan saja	0,74
Transfer aman	0,87
Rekening aman	0,87
Petunjuk operasional mudah	0,86

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

kualitas.

Dua variabel memiliki muatan yang tinggi pada faktor kedua, yaitu faktor kecocokan (Tabel 4). Variabel pertama adalah kecocokan layanan *branchless banking* yang ditawarkan dengan tipe usaha responden. Variabel kedua adalah kecocokan layanan *branchless banking* yang ditawarkan dengan pribadi responden sebagai pengusaha. Apabila dibandingkan tingkat kepentingan dua faktor tersebut, maka faktor kualitas dipandang jauh lebih penting. Nilai modus untuk faktor kualitas sebesar 5, sementara nilai modus faktor kecocokan hanya sebesar 3.

Analisis Jalur

Hasil estimasi analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya dapat melalui tiga jalur (Gambar 6). Jalur pertama adalah dari peningkatan pengeluaran responden di mana akan meningkatkan keinginan mendapatkan layanan *branchless banking*. Jalur ini melalui frekuensi transaksi dan keaktifan bertransaksi di kantor bank sebagai variabel perantara. Jalur kedua adalah semakin jauhnya lokasi tempat tinggal responden menyebabkan penurunan keinginan res-

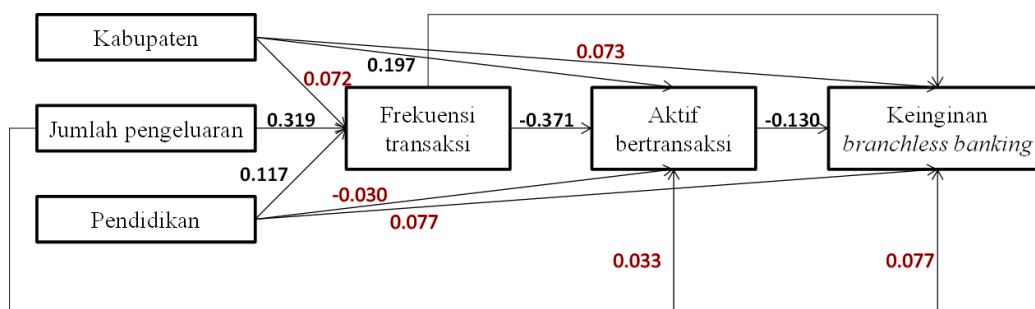
ponden mendapatkan layanan *branchless banking*. Jalur ini melalui keaktifan bertransaksi ke kantor bank. Jalur ketiga adalah semakin tinggi tingkat pendidikan, maka akan mendorong keinginan mendapatkan layanan *branchless banking*. Jalur ini melalui variabel frekuensi transaksi dan keaktifan bertransaksi ke kantor bank sebagai variabel perantara.

Pengaruh kabupaten, pendidikan, jumlah pengeluaran, frekuensi bertransaksi di kantor bank, dan aktif bertransaksi perbankan dengan mendatangi kantor cabang bank secara bersama-sama terhadap keinginan menggunakan/memanfaatkan *branchless banking* secara gabungan adalah sebesar 0,044. Dari sisi lokasi tempat tinggal, masyarakat dibedakan menurut kota/kabupaten. Berdasarkan lokasi tempat tinggal tersebut tidak secara signifikan memengaruhi frekuensi dan keaktifan bertransaksi di bank dan keinginan menggunakan layanan *branchless banking*. Artinya, tidak terdapat perbedaan masyarakat yang tinggal di ibukota provinsi (Denpasar), misalnya Gianyar dan Tabanan, dengan kabupaten yang relatif jauh dari Denpasar, misalnya Jembrana, Karangasem, dan Buleleng dalam bertransaksi di bank dan keinginan menggunakan layanan *branchless banking*.

Tabel 5: Faktor 2: Kecocokan

Variabel	Factor Loading
Cocok dengan tipe usaha	0,92
Cocok dengan pribadi pengusaha	0,92

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

**Gambar 6:** Hasil Estimasi Analisis Jalur

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Secara signifikan, jumlah pengeluaran memengaruhi keinginan menggunakan/memanfaatkan *branchless banking* melalui frekuensi transaksi dan aktif bertransaksi dengan total pengaruh yang diberikan adalah sebesar 0,015. Masyarakat yang memiliki tingkat pengeluaran yang relatif lebih tinggi akan semakin sering datang ke bank dan bertransaksi, serta ingin memanfaatkan layanan *branchless banking*.

Secara signifikan, pendidikan memengaruhi keinginan menggunakan/memanfaatkan *branchless banking* melalui frekuensi transaksi dan aktif bertransaksi. Pengaruh yang diberikan adalah sebesar 0,006. Masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi akan semakin sering datang ke bank dan aktif bertransaksi. Selain itu, kelompok masyarakat tersebut juga lebih berminat menggunakan layanan *branchless banking* dibanding kelompok masyarakat yang pendidikannya lebih rendah.

Hasil estimasi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan layanan *branchless banking* sangat diperlukan terutama bagi masyarakat dengan kualitas dan status sosial yang lebih tinggi. Dengan demikian, pembangunan ekonomi

yang semakin berkualitas mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat akan diikuti dengan peningkatan kebutuhan akan layanan *branchless banking*. Sementara itu, lokasi responden yang semakin jauh dari pusat kegiatan ekonomi ternyata mengurangi kebutuhan akan layanan *branchless banking*. Hal ini diperkirakan berhubungan dengan ketidaktahuan responden akan jenis-jenis layanan perbankan.

Simpulan

Hasil estimasi dan analisis studi ini menghasilkan beberapa kesimpulan. *Pertama*, akses masyarakat pada lembaga keuangan dan keinginan melakukan transaksi perbankan tanpa datang ke kantor bank (*branchless banking*) berbeda-beda untuk setiap kondisi sosial ekonominya. Jauh dekatnya lokasi tempat tinggal masyarakat dari pusat aktivitas perekonomian tidak secara signifikan memengaruhi masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa perbankan. Sedangkan tingkat strata ekonomi masyarakat yang diukur dari tingkat pengeluaran secara signifikan memengaruhi keinginan bertransaksi di bank dan keinginan memanfaatkan

kan layanan *branchless banking*. Semakin besar tingkat pengeluaran masyarakat, semakin sering datang ke kantor bank dan aktif bertransaksi, serta berkeinginan untuk memanfaatkan layanan *branchless banking*. Dari sisi tingkat pendidikan, semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, maka akan semakin sering datang dan bertransaksi di bank, serta ingin memanfaatkan layanan *branchless banking*. *Kedua*, berdasarkan hasil studi ini terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya memperluas akses lembaga keuangan yang salah satunya melalui layanan *branchless banking*. Faktor tersebut adalah kualitas dan kecocokan. Faktor kualitas dianggap jauh lebih penting dibandingkan dengan kecocokan. Faktor kualitas yang dianggap paling penting adalah kecepatan transaksi.

Berdasarkan studi di atas, beberapa rekomendasi untuk otoritas perbankan dan pelaku usaha di sektor perbankan adalah *Pertama*, upaya memperluas layanan perbankan melalui *branchless banking* dapat terus ditingkatkan, namun diperlukan upaya peningkatan sosialisasi atau promosi terutama untuk golongan masyarakat golongan menengah ke bawah dan yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah. *Kedua*, peningkatan layanan perbankan *branchless banking* dapat dilakukan dengan meyakinkan masyarakat akan kualitas layanan tersebut, khususnya dalam hal kecepatan transaksi.

Daftar Pustaka

- [1] Aregbeyen, O. (2011). The Determinants of Bank Selection Choices by Customers: Recent and Extensive Evidence from Nigeria. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (22), 276–288.
- [2] Bank Indonesia. (2014). Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- [3] *Banking Research and Regulation Department-Bank Indonesia*. (2013). *Financial Inclusion Development Policy in Indonesia*. Bank Indonesia http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/presentation/wcms_216688.pdf (Diakses 17 Juli 2013).
- [4] Bold, C., Porteous, D., & Rotman, S. (2012). Social Cash Transfers and Financial Inclusion: Evidence from Four Countries. (CGAP, Ed.). *Focus Note*, 77, 1–28. Februari 2012. Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor. World Bank. <https://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Social-Cash-Transfers-and-Financial-Inclusion-Evidence-from-Four-Countries-Feb-2012.pdf> (Diakses 5 Maret 2013).
- [5] BPS. (2013). *Bali Dalam Angka 2012*. Badan Pusat Statistik.
- [6] Chepkangor, D. K. (2012). Determinants of Consumer Choice of Commercial Banks: a Case of Kenya Commercial Bank in Nakuru Town. *Doctoral dissertation*. Kenya: Department of Extra Mural Studies, University of Nairobi.
- [7] Chigamba, C., & Fatoki, O. (2011). Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6 (6), 66–76.
- [8] Cohen, M., & Nelson, C. (2011). Financial Literacy: A Step for Clients towards Financial Inclusion. *Commissioned Workshop Paper*. Paper presented at the 2011 Global Microcredit Summit, November 14–17, 2011, Valladolid, Spain. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.2029&rep=rep1&type=pdf> (Diakses 5 Maret 2013).
- [9] Cracknell, D. (2012). *Policy Innovations to Improve Access to Financial Services in Developing Countries: Learning from Case Studies in Kenya*. Washington, DC: Center for Global Development. http://www.cgdev.org/doc/LRS_case_studies/Cracknell_Kenya.pdf (Diakses 5 Maret 2013).
- [10] Devi, P. A., Gandhimathi, S., & Begum, M. (2012). Social Inclusion through Financial Inclusion – An Empirical Study on SHG Women in India. *EXCEL International Journal of Multidisciplinary Management Studies*, 2 (4), 59–68.
- [11] Filip, A., & Anghel, L.-D. (2009). Customer Loyalty and Its Determinants in A Banking Service Environment. *Quality Management in Services/Amfiteatru Economic*, XI (26), 288–297.
- [12] Gardeva, A., & Rhyne, E. (2011). Opportunities and Obstacles to Financial Inclusion: Survey Report. *Center for Financial Inclusion, Publication 12*. Center for Financial Inclusion at ACCION International. London: Groupe Speciale Mobile Association (GSMA). <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2012/06/opportunitiesandobstaclestofinancial>

- [inclusion_110708_final.pdf](#) (Diakses 5 Maret 2013).
- [13] Greenwood, J., & Jovanovic, B. (1990). Financial Development, Growth, and the Distribution of Income. *Journal of Political Economy*, 98 (5), Part 1, 1076–1107.
- [14] Hedayatnia, A., & Eshghi, K. (2011). Bank Selection Criteria in the Iranian Retail Banking Industry. *International Journal of Business and Management*, 6 (12), 222–231.
- [15] Hinson, R. E., Osarenkhoe, A., & Okoe, A. F. (2013). Determinants of Bank Selection: A Study of Undergraduate Students in the University of Ghana. *Journal of Service Science and Management*, 2013 (6), 197–205.
- [16] King, R. G., & Levine, R. (1993). Finance and Growth: Schumpeter Might Be Right. *Working Papers Financial Policy and Systems, WPS 1083*, Februari 1993. Washington, DC: Country Economics Department. The World Bank. http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/1993/02/01/000009265_3961004042036/Rendered/PDF/multi_page.pdf (Diakses 24 Oktober 2013).
- [17] Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-8*. Jakarta: Erlangga.
- [18] Mokhlis, S., Mat, N. H. N., & Salleh, H. S. (2010). Ethnicity and Choice Criteria in Retail Banking: A Malaysian Perspective. *International Journal of Business and Management*, 5 (6), 98–105.
- [19] Omar, A., B., Sultan, N., Zaman, K., Bibi, N., Wajid, A., & Khan, K. (2011). Customer Perception towards Online Banking Services: Empirical Evidence from Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16 (2), 1–24.
- [20] Rehman, H. U., & Ahmed, S. (2008). An Empirical Analysis of the Determinants of Bank Selection in Pakistan: A Customer View. *Pakistan Economic and Social Review*, 46 (2), 147–160.
- [21] Roscoe, J. T. (1982). *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences*. New York: Holt Rinehart & Winston.
- [22] Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences*, 2nd edition. New York: Holt Rinehart & Winston.
- [23] Roscoe, J. T. (1982). *The Development and Application of Social Learning Theory*. New York: Praeger.
- [24] Shetty, N. K. (2008). The Microfinance Promise in Financial Inclusion and Welfare of the Poor: Evidence from Karnataka, India. *ISEC Working Paper*, 205. India: Institute for Social and Economic Change. <http://203.200.22.246/WP%20-%20205.pdf> (Diakses 5 Maret 2013).
- [25] Streiner, D. L. (2005). Finding Our Way: An Introduction to Path Analysis. *Canadian Journal of Psychiatry*, 50 (2), 115–122.
- [26] Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval. *Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro 2011*. Hlm. 51–60. <http://core.ac.uk/download/pdf/11732682.pdf> (Diakses 5 Maret 2013).
- [27] The World Bank. (2012). *Financial Inclusion Strategies Reference Framework, August 2012*. <http://siteresources.worldbank.org/EXTFINANCIALSECTOR/Resources/282884-1339624653091/8703882-1339624678024/8703850-1339624695396/FI-Strategies-ReferenceFramework-FINAL-Aug2012.pdf> (Diakses 17 Juli 2013).
- [28] Torres, A. G., & Castells, P. A. (2006). The Choice of Banking Firm: are the Interest Rate a Significant Criteria? *Document De Treball 2006/4*. Centre De Recerca En Federalisme Fiscal/Economia Regional. Institut d'Economia de Barcelona.