

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Digitalisasi Perbankan

1. Pengertian Digitalisasi Perbankan

Digitalisasi ialah sebuah layanan keuangan formal (perbankan) yang berfokus pada bagaimana sebuah layanan perbankan dapat mentransfer seluruh layanan yang mereka sediakan ke dalam berbagai media (*platform*). Hal penting yang harus diperhatikan oleh layanan perbankan adalah bagaimana mereka memahami nasabah dalam mengintegrasikan layanan digitalisasi bank yang mereka peroleh menjadi sebuah kegiatan umum sehari-hari mereka. Kenyamanan merupakan nilai yang paling diutamakan seorang nasabah dalam menggunakan suatu teknologi baru dalam sistem keuangan formal (perbankan) yang tidak mengenal batas waktu operasional dan antrian yang panjang. Sehingga digitalisasi menjadi suatu layanan yang dapat menanamkan pengalaman positif dan menyenangkan bagi nasabah yang juga membantu perusahaan dalam mengembangkan layanan mereka.¹

Bagi Philip Kotler, Hermawan Sanjaya dan Iwan Setiawan, digitalisasi memiliki keuntungan-keuntungan, seperti dapat mengurangi atau menekan biaya operasional berupa SDM dan fasilitas fisik, menurunkan biaya dalam pemrosesan transaksi, efisiensi proses

¹ Maharani, *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2020), 21.

pembayaran, memaksimalkan kualitas layanan, dan outputnya adalah meningkatkan profitabilitas perusahaan.²

2. Penerapan Digitalisasi Perbankan

Bisnis dalam bidang keuangan formal adalah salah satu bisnis yang memegang peranan terpenting dalam perekonomian di dunia termasuk Indonesia. Banyaknya penduduk di Indonesia, menyebabkan tingkat penetrasi layanan keuangan sangat rendah, khususnya di daerah pedalaman. Beralihnya zaman juga diikuti dengan berkembangnya teknologi informasi yang menyebabkan perubahan pada pola perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh perusahaan perbankan.

Adanya perkembangan zaman dan pola perilaku ini menyebabkan perusahaan dalam bidang keuangan khususnya, meluncurkan inovasi berupa penyedia layanan jasa keuangan berbasis teknologi (*financial technology*) dimana layanan ini menyediakan hal-hal baru yang belum pernah ada sebelumnya.³ Fenomena ini berdampak pada peningkatan penggunaan industri jasa keuangan dan menjadikan perusahaan keuangan dapat memberikan layanan yang prima dan berkualitas, sehingga dapat meningkatkan nilai pada perusahaan agar nasabah dapat mempertahankan loyalitas dan perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya. Lembaga perbankan sebagai salah satu pemain utama dalam industri keuangan bertanggung jawab dalam

² Philip Kotler, *Marketing 3.0 Cet 3* (Jakarta: Erlangga, 2019), 29.

³ Winasis, "Digital Transformation in The Indonesian Banking Industry: Impact on Employee Engagement", *International Journal of Innovation Creativity and Change*, Vol. 12 No. 4, 2020, 45.

memberikan layanan kepada nasabah. Pemberian layanan ini dapat ditempuh dengan berbagai cara, seperti menyediakan terobosan baru dengan mengalihkan layanan pada teknologi atau biasa disebut digitalisasi perbankan. Seperti diketahui bahwa saat ini sebagian besar pola interaksi antara nasabah dan pihak perbankan adalah interaksi fisik secara langsung yang dilakukan di kantor-kantor atau perangkat milik bank secara manual. Hal ini membutuhkan waktu yang cukup lama dan tidak praktis.

Untuk menjawab tantangan sekaligus permasalahan ini, lembaga perbankan melakukan penyesuaian dengan meluncurkan strategi berupa penyediaan layanan keuangan yang berorientasi pada nasabah secara personal (*customer-centric*). Hal ini membutuhkan teknologi sebagai aspek penting mengingat semakin tinggi pengguna perangkat *mobile* dan internet sebagai media transaksi keuangan. Sehingga pengadaan digitalisasi perbankan dirasa sangat relevan dengan keadaan nasabah yang juga memiliki perangkat yang mendukung dalam pengadaan digitalisasi perbankan ini.

Pengadaan teknologi merupakan syarat utama dalam mewujudkan digitalisasi perbankan pada lembaga layanan keuangan formal. Melalui adanya teknologi informasi, lembaga perbankan dapat memberikan layanan kepada para nasabah tanpa batasan waktu, tempat, dan meminimalisir biaya operasional sekecil mungkin, sehingga dapat memberikan kenyamanan pada nasabah pengguna layanan digitalisasi ini. Program digitalisasi ini dapat meningkatkan layanan kepada

nasabah secara personal sehingga menjadikan lembaga perbankan memasuki era baru yaitu era perbankan digital.

Digitalisasi perbankan dapat dilakukan mulai dari proses pembukaan rekening simpanan, transaksi sesama atau antar bank, penutupan rekening, hingga pengajuan kredit dapat dilakukan melalui teknologi ini.⁴ Inovasi ini menyangkut pada aspek pelayanan, kerja sama antar mitra bank, dan otomatisasi proses keuangan. Meskipun demikian, hal ini harus selalu diperhatikan oleh Bank dalam mengurangi risiko yang mungkin muncul dalam setiap rencana yang akan dilakukan di masa depan.

Digitalisasi perbankan merupakan sebuah harapan berbagai lini baik itu nasabah dan perusahaan penyedia layanan keuangan, agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan pada level yang tinggi dibandingkan dengan layanan yang dilakukan secara manual.⁵

Hal ini juga didukung oleh pemerintah dengan diterbitkannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan yang mana lembaga perbankan diharapkan tetap berada pada misi utama dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas sebagai perwujudan inklusi keuangan yang salah satunya melalui media digital ini. Namun, tersedianya kemudahan-kemudahan pada digitalisasi perbankan, tentunya risiko

⁴ Bank Indonesia, *Digitalisasi Banking Perkembangan dan Respons Kebijakan Bank Indonesia* (Jakarta: Bank Indonesia Official, 2021), 30.

⁵ Moridu, "Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan", *Jurnal Riset Akuntansi Politika* Vol. 03 No. 2, 2020, 67-73.

yang dihadapi juga semakin tinggi, mulai dari risiko operasional, risiko strategi, dan risiko reputasi.⁶

B. *Technology Acceptance Model (TAM)*

1. Pengertian *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM menyatakan bahwa penerimaan teknologi dibangun atas dua persepsi utama yaitu kemudahan dan kemanfaatan. TAM biasa digunakan untuk memahami hubungan antara manusia dengan penerimaan teknologi melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam TAM merupakan konstruksi yang paling penting untuk memprediksi penerimaan sistem informasi atau suatu teknologi.⁷

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh Davis berdasarkan model TRA. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk ini adalah kegunaan atau *usefulness* dan kemudahan *ease of use*. Kegunaan dan Kemudahan mempunyai dampak terhadap perilaku atau *behaviour*.⁸ *Technology Acceptance Model* memiliki pemetaan sebagai berikut:

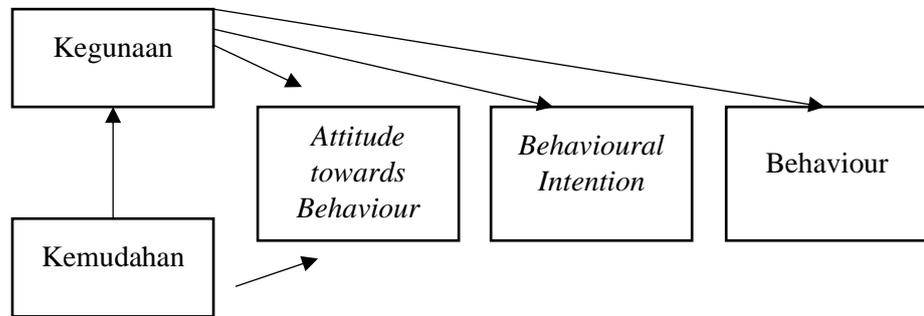
⁶ Winasis, "Digital Transformation in The Indonesian Banking Industry: Impact on Employee Engagement", *International Journal of Innovation Creativity and Change*, Vol. 12 No. 4, 2020, 47.

⁷ Widyastuti, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan Mobile Banking* (Jakarta: Salemba, 2018), 32.

⁸ Eti Rochaty, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 2.

Gambar 2.1

Skema Manfaat dan Proses TAM



Sumber: Dokumentasi artikel jurnal⁹

a. Kegunaan (*Usefulness*)

Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan demikian jika seseorang percaya bahwa teknologi berguna maka dia akan menggunakannya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kegunaan berdampak pada penggunaan teknologi atau sistem informasi. Penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa kegunaan menjadi konstruk paling fundamental dalam sikap, niat, dan perilaku seseorang pada penggunaa teknologi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Davis menggunakan lima aspek dalam membangun aspek kegunaan, yaitu *work more quickly*, *performance*, *Useful*, *Effectiveness*, dan *Easier*.

⁹ Wahyuni Nur, "Penggunaan TAM dalam Analisis Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom", *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3 No. 3, 2020, 34.

Menurut Davis, indikator yang digunakan untuk *perceived usefulness* adalah sebagai berikut:

- 1) *Work more quickly* yaitu individu yang dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan menggunakan suatu teknologi akan membuat individu tersebut merasa bahwa teknologi yang digunakannya berguna, dan sebaliknya apabila individu menggunakan suatu teknologi dan tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, maka kepercayaan individu terhadap teknologi yang digunakannya akan menurun.
- 2) *Useful* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi merasa berguna untuk pekerjaannya merupakan tanda bahwa kepercayaan individu akan teknologi tersebut akan meningkat, dan sebaliknya apabila individu yang menggunakan suatu teknologi merasa tidak memiliki kegunaan, maka kepercayaan akan teknologi tersebut akan menurun.
- 3) *Effectiveness* yaitu individu yang menggunakan suatu teknologi dan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara efektif, maka individu tersebut akan percaya bahwa teknologi tersebut berguna, dan sebaliknya individu merasa dengan menggunakan suatu teknologi tidak dapat membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif, maka individu tersebut tidak percaya akan teknologi tersebut.

- 4) *Easier* yaitu individu yang merasa pekerjaannya makin mudah dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan merasa teknologi tersebut berguna, sebaliknya apabila individu merasa teknologi yang digunakan tidak mempermudah pekerjaannya, maka individu tersebut merasa teknologi tersebut tidak berguna.
- 5) *Performance* yaitu individu yang merasa performa kerjanya meningkat dengan menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut berguna, dan juga sebaliknya apabila individu merasa performa kerjanya tidak meningkat saat menggunakan suatu teknologi, maka individu tersebut tidak akan menganggap teknologi tersebut berguna bagi pekerjaannya.¹⁰

b. Kemudahan (*Ease of Use*)

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dapat disimpulkan bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kemudahan berdampak pada kegunaan, sikap, niat dan penggunaan sesungguhnya. Pada konstruk ini, terdapat empat aspek yang menjadi pondasinya, yaitu *easy to learn*, *easy to understand*, *effortless*, dan *easy to use*.

¹⁰ Wahyuni Nur, "Penggunaan TAM dalam Analisis Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom", *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3 No. 3, 2020, 34-35.

Menurut Davis, indikator yang digunakan untuk *perceived ease of use* adalah sebagai berikut:

- 1) *Easy to learn* yaitu individu yang dapat mempelajari suatu teknologi dengan mudah merupakan tanda bahwa individu tersebut menganggap teknologi tersebut mudah digunakan, sebaliknya bila individu sulit untuk mempelajari suatu teknologi maka individu tersebut akan menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.
- 2) *Easy to understand* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan, sebaliknya pula bila individu merasa suatu teknologi sulit untuk dipahami maka individu menganggap teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.
- 3) *Effortless* yaitu individu yang merasa suatu teknologi dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut dianggap mudah untuk digunakan dan sebaliknya bila suatu teknologi tidak dapat dilakukan secara ringkas, maka teknologi tersebut tidak mudah untuk digunakan.
- 4) *Easy to use* yaitu individu yang merasa suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka individu akan merasa kepercayaannya meningkat akan teknologi tersebut, sebaliknya bila individu merasa suatu teknologi tidak mudah untuk digunakan, maka

rasa percaya individu terhadap suatu teknologi akan menurun.¹¹

c. *Attitude towards Behaviour*

Konstruk ini didefinisikan sebagai perasaan-perasaan positif ataupun negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Mathieson menjelaskan bahwa *attitude towards behaviour* merupakan sebuah evaluasi konsumen tentang ketertarikannya menggunakan suatu teknologi.

d. *Behavioural Intention*

Behavioural Intention merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya. Menurut Venkatesh, konstruk sebagai penentu langsung terhadap *behavioral intention* adalah sebagai berikut:

- 1) *Performance expectancy* Tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam performa pekerjaan.
- 2) *Effort expectancy* Tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem.
- 3) *Social Influence* Tingkat dimana seseorang merasa bahwa bahwa dirinya harus menggunakan system baru.

¹¹ Ibid., 36.

4) *Facilitating conditions* Sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem.

e. *Behaviour*

Perilaku merupakan tindakan yang dilakukan seseorang. Aspek ini menjelaskan penggunaan sesungguhnya pada teknologi menggunakan parameter berapa jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi serta frekuensi penggunaannya.¹²

2. Keunggulan *Technology Acceptance Model* (TAM)

a. Terjadi *Trust*

Menurut Lau dan Lee, *Trust* atau kepercayaan adalah suatu kesediaan (*willingness*) seseorang yang memasrahkan dirinya terhadap pihak lain dengan resiko tertentu. *Trust* adalah hal yang krusial dalam masalah pada transaksi online. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu kegiatan. Chellappa dan Pavlou mengatakan bahwa para pengguna teknologi harus percaya bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi pengguna dan seluruh data transaksi pengguna tidak boleh di sebar luaskan kepada pihak yang tidak berwenang. *Trust*

¹² Lisa Noor, “Analisis Faktor Penerimaan Penggunaan Quipper Menggunakan Pendekatan TAM dan Theory of Plannes Behaviour”, *Jurnal Manajemen* Vol. 01 No. 02, 2020, 120-123.

digambarkan sebagai situasi dimana seseorang yang percaya dalam integritas partnernya dan percaya bahwa partnernya dapat diandalkan. Menurut Suh dan Han, *trust* termasuk dalam dimensi berikut ini:

- 1) *Ability*, Ditujukan kepada penyedia mobile service yang mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjalani tugas penyedia dengan baik dan benar.
- 2) *Integrity*, Penyedia mobile service menepati janjinya.¹³

b. Jaminan Keamanan (*Security*)

Pengertian *security* adalah proses menjaga resiko yang dirasakan agar berada pada tingkatan yang diterima. Semakin tinggi tingkat keamanan yang ada maka individu akan semakin percaya dengan teknologi tersebut dan hal itu akan menyebabkan individu menggunakan teknologi tersebut. *Security* didefinisikan sebagai pegangan konsumen untuk percaya bahwa data pribadi dari konsumen tidak akan dilihat, disimpan, dan bahkan dimanipulasi oleh pengguna lain yang tidak berwenang saat melakukan transaksi online. Sementara menurut Nambiar, *security* merupakan pertimbangan yang penting untuk *mobile payment* yang dapat menimbulkan hal yang riskan apabila digunakan saat penyerahan informasi pembayaran yang penting atau hal-hal yang penting dan rahasia. Menurut Flavián dan Guinaliu, aspek dalam menentukan *security* sebagai berikut:

¹³ Ibid., 124.

- 1) *Authentication*, Mengarah pada verifikasi identitas dari pengguna dan mengkonfirmasi benar tidaknya bahwa dialah pengguna yang sebenarnya.
- 2) *Confidentiality*, Memastikan bahwa hanya pengirim dan penerima pesan yang dapat membaca isi pesan.
- 3) *Integrity*, Memastikan bahwa isi pesan dan transaksi yang sesungguhnya tidak diubah, baik secara sengaja maupun tidak sengaja.
- 4) *Non-repudiation*, Menyediakan mekanisme yang dapat menjamin bahwa pihak yang bersangkutan tidak dapat mengklaim bahwa dirinya tidak bersangkutan dalam transaksi yang sudah dilakukan.¹⁴

C. Inklusi Keuangan

1. Pengertian Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan memiliki pengertian sebagai suatu bentuk penanaman pendalaman dalam hal layanan keuangan atau *financial service deeping* yang sasarannya adalah masyarakat *in the bottom of the pyramid* guna memanfaatkan produk dan jasa layanan keuangan formal dalam hal penyimpanan uang, transfer, ataupun pinjaman dan asuransi. Definisi lain dikutip dalam *World Bank* di buku yang ditulis oleh Supartoyo dan Kasmiati, inklusi keuangan adalah suatu kegiatan yang menyeluruh dan bertujuan untuk meminimalisir segala bentuk

¹⁴ Ibid., 125.

hambatan baik itu dalam bentuk harga atau non harga mengenai akses masyarakat pada penggunaan atau pemanfaatan layanan jasa keuangan.¹⁵

Inklusi keuangan berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan adalah segala upaya yang ditujukan untuk menghilangkan berbagai macam hambatan baik itu harga ataupun non harga terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan sehingga dapat berdampak pada peningkatan kesetaraan taraf hidup masyarakat yang sulit dijangkau. Pendapat dari Kamalesh Shailesh C Chakrobarty mengatakan bahwa inklusi keuangan adalah sebuah promosi penghematan dan mengembangkan budaya menabung, meningkatkan akses kredit, baik kewirausahaan maupun konsumsi dan juga menjadikan pembayaran lebih efisien, yang dapat memperkuat dasar sumber daya lembaga keuangan yang mampu memberikan manfaat terhadap perekonomian. Beberapa uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa inklusi keuangan adalah suatu kegiatan dalam bentuk pendalaman layanan keuangan yang ditargetkan kepada masyarakat guna menghilangkan segala bentuk hambatan dan rintangan baik itu harga ataupun non harga sehingga dapat menyelaraskan taraf pada masyarakat di wilayah yang sulit dijangkau. Untuk mewujudkan inklusi keuangan dibutuhkan sinergi antara Bank Indonesia, regulator kementerian, dan lembaga lainnya.¹⁶

¹⁵ Evi Asymadi, "Pengaruh Keuangan Inklusif Terhadap Kredit yang Disalurkan Pada Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 05 No. 02, 2021, 43

¹⁶ *Ibid.*, 44

Inklusi keuangan menjadi harapan bagi masyarakat yang dinaungi pemerintah sebagai salah satu strategi nasional. Negara-negara dengan populasi penduduk yang besar menunjukkan rendahnya akses terhadap sektor formal lembaga dan berbanding lurus dengan rasio kemiskinan yang tinggi. Oleh sebab itu, inklusi keuangan saat ini bukan hanya sekadar pilihan tetapi sebuah keharusan. Partisipasi lembaga keuangan dalam pengembangan inklusi keuangan secara tepat adalah dengan mengembangkan program yang tidak hanya mengandalkan usaha pada pengumpulan dana tabungan atau kredit dengan bunga rendah, tetapi juga harus ikut serta mengentaskan kemiskinan bagi masyarakat yang lebih luas.¹⁷

Inklusi keuangan secara luas tidak hanya berfokus pada peningkatan kredit suatu lembaga keuangan, tetapi lebih kepada bagaimana masyarakat yang tidak pernah mengerti tentang lembaga keuangan dapat mengerti dan menggunakan fasilitas dari lembaga keuangan formal untuk menyimpan atau mengajukan pembiayaan dana. Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2010 tentang program pembangunan yang pro rakyat. Untuk mewujudkan inklusi keuangan, tentunya diperlukan sebuah lembaga keuangan yang langsung bersentuhan dengan rakyat terutama pada kalangan menengah ke bawah.¹⁸

¹⁷ Muhammad Said, *Linkage Pembiayaan dan Manajemen Risiko Berbasis Modal Sosial Pada Financial Technology: Strategi Peningkatan Pembiayaan Inklusif* (Malang: Literasi Mediatama, 2019), 11

¹⁸ Budi Wibowo, *Analisa reulasi Financial Technology dalam membangun perekonomian di Indonesia* (Jakarta: Salemba, 2018), 22

2. Tujuan Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan bertujuan untuk mewujudkan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan, dan terwujudnya stabilitas sistem keuangan di Indonesia.

Tujuan inklusi keuangan secara detail antara lain:

- a. Menjadikan strategi keuangan inklusif sebagai bagian dari strategi besar pembangunan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, meratanya pendapatan, dan menjaga stabilitas keuangan.
- b. Menyuguhkan jasa dan produk keuangan yang dibutuhkan masyarakat.
- c. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang apa itu layanan keuangan.
- d. Meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan.
- e. Memperkuat kerja sama antar bank, lembaga keuangan mikro, dan lembaga keuangan formal atau non formal non bank.
- f. Memaksimalkan peran teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau cakupan layanan keuangan.¹⁹

3. Target Inklusi Keuangan

a. Sasaran Umum Inklusi Keuangan

Inklusi Keuangan merupakan strategi pembangunan nasional untuk mendorong pertumbuhan serta stabilitas sistem keuangan.

Strategi yang berpusat pada masyarakat ini perlu menyasar

¹⁹ Ahmad Subagyo, *Strategi Nasional Kebijakan Keuangan Inklusif* (Bandung: Mizan Pustaka, 2018), 9.

kelompok yang mengalami hambatan untuk mengakses layanan keuangan.

- 1) Penduduk yang kurang melek teknologi, kelompok ini tidak memiliki sumber pendapatan tetapi tidak mengerti mengenai teknologi guna memenuhi kebutuhan akan transaksi keuangan pada layanan perbankan.
- 2) Penduduk Usia Lanjut, Mereka yang memiliki akses sangat terbatas akan pengetahuan terhadap layanan keuangan, namun berada pada kondisi finansial yang mumpuni. Pada umumnya merupakan pensiunan yang dulunya bekerja di sektor BUMN, PNS, ASN, dan lain-lain.
- 3) Perempuan, Di banyak Negara berkembang, kerap terdapat perbedaan besar antara laki-laki dan perempuan dalam hal akses, kebutuhan, dan pilihan mereka terhadap jasa keuangan. Sehingga dalam mengembangkan akses terhadap layanan keuangan adalah penting untuk mengenali perbedaan-perbedaan tersebut. Di Indonesia, laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk mempunyai rekening tabungan. Namun, motivasi utama laki-laki saat membuka rekening tabungan bank lebih sering adalah untuk memperoleh kredit, sedangkan perempuan menabung demi keperluan mendatang. Dalam hal kepemilikan asuransi, perempuan lebih sering membeli asuransi pendidikan,

sementara laki-laki lebih memilih asuransi jiwa, dan pada taraf tertentu juga memiliki asuransi harta benda.

- 4) Penduduk daerah terpencil Sekitar 52 persen penduduk Indonesia hidup di daerah perdesaan dan sekitar 60 persennya tidak memiliki akses ke jasa keuangan formal. Dari sekitar 12,49 persen penduduk yang berada di bawah garis kemiskinan, sekitar 64 persen tinggal di daerah pedesaan. Angka-angka ini ditambah dengan kondisi sebaran geografis dari kepulauan Indonesia, menunjukkan pentingnya bagi strategi nasional keuangan inklusif untuk member perhatian khusus kepada masyarakat di daerah-daerah terpencil. Kesenjangan akses ke jasa keuangan untuk kategori ini sebagian dapat diatasi dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.²⁰

b. Kerangka Inklusi Keuangan

Kerangka kerja umum keuangan inklusif dibangun di atas enam pilar, antara lain:

- 1) Edukasi keuangan. Bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat luas tentang produk-produk dan jasa-jasa keuangan yang ada dalam pasar keuangan formal. Ruang lingkup edukasi keuangan ini meliputi:

- a) Pengetahuan dan kesadaran tentang ragam produk dan jasa keuangan,

²⁰ Sri Endang, "Inklusi Keuangan Pada Era Digital Ekonomi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia", *Journal of Social Sciences Engineering & Humaniora* Vol. 2 No. 1, 2020, 51.

- b) Pengetahuan dan kesadaran tentang risiko terkait dengan produk keuangan,
 - c) Perlindungan nasabah,
 - d) Keterampilan mengelola keuangan.²¹
- 2) Fasilitas keuangan publik. Strategi pada pilar ini mengacu pada kemampuan dan peran pemerintah dalam menyediakan pembiayaan keuangan publik baik secara langsung maupun bersyarat guna mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Beberapa inisiatif dalam pilar ini meliputi:
- a) Subsidi dan bantuan sosial,
 - b) Pemberdayaan masyarakat,
 - c) Pemberdayaan UMKM.
- 3) Pemetaan informasi keuangan. Bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat terutama yang sebenarnya dikategorikan tidak layak untuk menjadi layak atau dari unbankable menjadi bankable oleh institusi keuangan normal, terutama kaum miskin produktif serta usaha mikro kecil. Inisiatif pilar ini meliputi:
- a) Peningkatan kapasitas melalui penyediaan pelatihan dan bantuan teknis,
 - b) Sistem jaminan alternatif,
 - c) Penyediaan layanan kredit yang lebih sederhana,
 - d) Identifikasi nasabah potensial.

²¹ Bintaan Badriatul, "Analisis Inklusi Keuangan dan Pemerataan Pendapatan di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan* Vol. 4 No. 1, 2022, 27.

- 4) Kebijakan atau peraturan yang mendukung. Pilar ini mengacu pada kebutuhan untuk menambah atau memodifikasi peraturan, baik oleh pemerintah atau BI, untuk meningkatkan akses akan jasa keuangan. Pilar ini meliputi beberapa aspek:
- a) Kebijakan mendorong sosialisasi produk jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat,
 - b) Menyusun skema produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat,
 - c) Mendorong perubahan ketentuan dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian secara proporsional,
 - d) Menyusun peraturan mekanisme penyaluran dana bantuan melalui perbankan,
 - e) Memperkuat landasan hukum untuk meningkatkan perlindungan konsumen jasa keuangan,
 - f) Menyusun kajian yang berkaitan dengan keuangan inklusif untuk menentukan arah kebijakan secara berkelanjutan.²²
- 5) Fasilitas intermediasi dan saluran distribusi. Bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lembaga keuangan akan keberadaan segmen potensial di masyarakat dan memperluas jangkauan layanan jasa keuangan dengan memanfaatkan metode distribusi alternatif. Beberapa aspek pada pilar ini meliputi:
- a) Fasilitas forum intermediasi dengan mempertemukan lembaga keuangan dengan kelompok masyarakat produktif

²² Muhammad Holle, "Inklusi Keuangan: Solusi Pengentasan Kemiskinan", *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1 No. 2, 2020, 231.

(layak dan unbanked) untuk mengatasi masalah informasi yang asimetri,

b) Peningkatan kerjasama antar lembaga keuangan untuk meningkatkan skala usaha,

c) Eksplorasi berbagai kemungkinan produk, layanan, jasa, dan saluran distribusi inovatif dengan tetap memberikan perhatian pada prinsip kehati-hatian.²³

6) Perlindungan konsumen. Bertujuan agar masyarakat memiliki jaminan rasa aman dalam berinteraksi dengan institusi keuangan dalam memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan. Komponen yang ada pada pilar ini meliputi:

a) transparansi produk,

b) penanganan keluhan nasabah,

c) Mediasi,

d) Edukasi konsumen.²⁴

4. Indikator Inklusi Keuangan

Menurut *Global Financial Inclusion Index*, indikator inklusi keuangan adalah jumlah kepemilikan rekening per populasi, jumlah penggunaan rekening untuk menabung dan melakukan transaksi

²³ Anggraeni, "Faktor Penyebab Kredit dalam Membantu Finansial di Desa Kemang Jawa Barat", *Journal of Applied Sciences* Vol. 9 No. 11, 2020, 41.

²⁴ I Made Sanjaya, "Inklusi Keuangan dan Pertumbuhan Inklusif sebagai Strategi Pengentasan Kemiskinan di Indonesia", *Tesis Institut Pertanian Bogor*, 2015.

dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Kegiatan bertransaksi tersebut cukup menarik uang, transfer dan pinjaman dana.²⁵

²⁵ <https://www.bca.co.id/id/informasi.Edukatips/2023>, diakses pada 09 Oktober 2023