

STRATEGI PENINGKATAN KEMAMPUAN ADOPSI TEKNOLOGI *BRANCHLESS BANKING* UNTUK MEMPERLUAS INKLUSI KEUANGAN DI MASYARAKAT PEDESAAN

**Yenny Purwati dan Rosaly
Franksiska**

Universitas Kristen Satya Wacana
Jl Diponegoro 52-60 Salatiga 50711 Telp: 0298 (311881)
Email:

yenny.purwati@yahoo.com
rosaly.franksiska@staff.uksw.edu

Paskah Ika Nugroho

Universitas Kristen Satya Wacana
Jl Diponegoro 52-60 Salatiga 50711 Telp: 0298 (311881)
Email: paskah@staff.uksw.edu

Abstract

This research is aimed to understand the perception of rural people toward branchless banking and to explore factors that should be considered to develop a successful branchless banking that are suitable for rural area in Indonesian context. Five variables, they are relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability were used to measure perception of rural people toward branchless banking. Questionnaires were distributed to people in Kuncen village. We find that Kuncen village people have good perception toward branchless banking; relative advantage and complexity are factors that should be considered in developing branchless banking, suitable for people in rural area. Those two factors contribute to the willingness of rural people to adopt new technology and factors such as compatibility, trialability, and observability are the hindrances for branchless banking adoption.

Keywords: *branchless banking, mobile payment system, technology adoption, financial inclusion*

1. Pendahuluan

Hasil survey Bank Indonesia tahun 2010 (www.bi.go.id) menyebutkan bahwa 62% rumah tangga di Indonesia tidak memiliki tabungan. Temuan ini sejalan dengan hasil studi *world bank* tahun 2010 yang menyatakan bahwa hanya separuh dari penduduk Indonesia yang memiliki akses sistem keuangan formal (Khatab *et al*, 2012). Infobanknews.com menyatakan pada bulan September 2013, jumlah *unbanked people* di Indonesia mencapai 80 juta jiwa. Dimana *unbanked people* yang tinggal di wilayah pedesaan sendiri sekitar 48% atau sebanyak 41,6 juta jiwa. Minimnya akses masyarakat di pelosok pedesaan terhadap jasa keuangan menyebabkan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut menjadi terhambat, karena jasa keuangan bisa menjadi motor penggerak perekonomian suatu daerah.

Relatif masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum bisa mengakses layanan jasa keuangan formal menjadi perhatian utama Bank

Indonesia dan Pemerintah dengan mencanangkan program keuangan inklusif untuk meniadakan segala hambatan terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan formal. Dari perspektif lembaga keuangan, hambatan yang dihadapi dalam memperluas inklusi keuangan mencakup keterbatasan cakupan wilayah dan jaringan kantor, minimnya informasi mengenai nasabah potensial dan terbatasnya informasi mengenai keuangan konsumen (www.bi.go.id).

Usaha menambah jaringan kantor di pedesaan diperhadapkan pada biaya pendirian dan biaya pemeliharaan yang relatif mahal (Mas & Radcliffe, 2011; Dass & Pal, 2011). Oleh karena itu *Branchless Banking* (BB) yang kini tengah menjadi sorotan utama dunia perbankan diharapkan dapat menjadi metode yang mendekatkan layanan perbankan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang bermukim di pedesaan yang lokasinya jauh dari kantor bank baik pusat maupun

cabang dengan dukungan pelaku usaha di bidang telekomunikasi.

Layanan *branchless banking* merupakan solusi untuk meningkatkan inklusi keuangan khususnya bagi masyarakat di daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh jaringan cabang perbankan. Kondisi geografi Indonesia mencakup wilayah yang sangat luas sehingga diperlukan saluran distribusi perbankan yang memadai untuk menjangkau masyarakat sampai pelosok – pelosok pedesaan. Dengan karakteristik demografi tersebut, *branchless banking* merupakan media yang dianggap mampu melayani semua segmen masyarakat termasuk masyarakat yang kurang mampu untuk mengakses layanan keuangan formal dengan biaya yang relatif murah dibandingkan dengan pembukaan jaringan cabang baru (swa.co.id/business-strategy/dengan-ponsel-bank-bisa-semakin-branchless).

Branchless banking yang dilakukan di Indonesia lebih menekankan pada *mobile payment service* (MPS) dikarenakan cukup tingginya pengguna jasa telepon selular di Indonesia yang mencapai 84% dari total penduduk Indonesia (www.emarketer.com/Article/Smartphone-Penetration-Doubles-Indonesia/1010102). Kendala utama dalam pemanfaatan *branchless banking* adalah penciptaan kepercayaan masyarakat mengenai keamanan media ini sehingga mereka mau untuk mengakses layanan keuangan melalui *branchless banking*. Melalui edukasi dan sosialisasi diharapkan masyarakat memiliki pemahaman yang benar akan manfaat dan resiko yang mungkin muncul dari layanan *branchless banking*.

Edukasi dan sosialisasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat pedesaan diharapkan mampu meningkatkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi baru perbankan dan pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan perekonomian secara makro serta memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat. Hasil penelitian Suharti *et al.* (2013) menemukan bahwa untuk mengadopsi sebuah teknologi baru, masyarakat dengan karakteristik tertentu membutuhkan model adopsi yang berbeda untuk memaksimalkan proses adopsi teknologi.

Berdasarkan pemaparan di atas maka penelitian ini menggali informasi faktor – faktor pendorong masyarakat pedesaan untuk mengadopsi media *branchless banking*. Temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dalam pengembangan program edukasi dan sosialisasi bagi masyarakat pedesaan terhadap layanan *branchless banking* guna meningkatkan penggunaannya dengan hasil akhir yaitu perluasan inklusi keuangan formal masyarakat pedesaan.

2. Telaah Literatur

2.1 *Branchless Banking*

Carmel & Scott (2009) mendefinisikan *branchless banking* sebagai bentuk penyaluran atau pelayanan jasa keuangan kepada masyarakat di luar cabang bank yang tradisional dengan menggunakan teknologi informasi dan teknologi (ICT). Ada 2 jenis praktek *branchless banking*, *additive* dan *transformational* (The Economic Issue of the Day, 2009). Praktek *additive* dijalankan dengan cara menyediakan media-media tambahan untuk melayani konsumen jasa keuangan yang sudah ada, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Point of Sale* (PoS) atau *Internet Banking* untuk menyediakan lebih banyak lagi jasa keuangan bagi konsumen perbankan.

Adapun praktek *transformational* dari konsep *branchless banking* meliputi penciptaan media baru untuk memperluas dan melayani masyarakat miskin yang belum terakses pelayanan formal jasa keuangan dengan cara yang lebih ekonomis. Penerapan *branchless banking* dengan media telepon seluler yang digalakkan di Indonesia dengan istilah MPS (*Mobile Payment System*) termasuk dalam kategori *transformational branchless banking*.

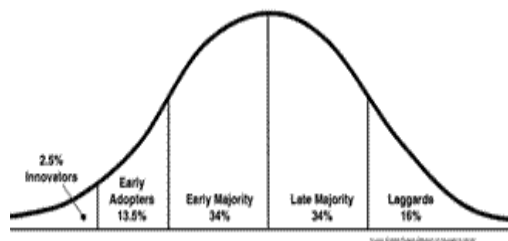
2.2 Penerimaan Adopsi Teknologi

Mardikano (1982, dalam Mizar *et al.* 2008) mendefinisikan adopsi sebagai penerimaan atau penggunaan suatu ide, alat – alat (mesin) atau teknologi baru oleh adopter yang disampaikan oleh pembawa teknologi. Teknologi dapat dilihat sebagai sebuah inovasi yang proses difusinya melibatkan sisi penawaran dan sisi permintaan. Difusi adalah proses mengkomunikasikan sebuah inovasi teknologi melalui saluran komunikasi tertentu kepada anggota suatu sistem sosial; sedangkan inovasi adalah ide, praktek atau objek yang dianggap baru (Al-Qeisi, 2009). Difusi terjadi pada tingkat yang lebih luas, seperti pada masyarakat. Sedangkan adopsi terjadi pada unit yang lebih kecil, seperti perusahaan dan individu (Wahid & Iswari, 2007).

Rogers (2003: 14-16) mengemukakan lima atribut dalam Teori Difusi Inovasi yang menjadi penentu adopsi teknologi baru. Atribut pertama, *Relative advantage* menunjukkan sejauh mana sebuah inovasi teknologi lebih dari inovasi sebelumnya. Manfaat ini dapat dilihat dari sudut pandang teknis, ekonomis, prestise, kenyamanan dan kepuasan. Jika seseorang merasa bahwa sebuah inovasi teknologi memberikan *relative advantage* yang tinggi maka ia akan mengadopsi teknologi tersebut. Atribut kedua, *Compatibility* adalah kesesuaian sebuah inovasi teknologi dengan nilai diri adopter, pengalaman adopter, dan kebutuhan adopter. Atribut ketiga, *Complexity* (Rogers, 2003:

15) merujuk pada tingkat kesulitan pemahaman dan penggunaan sebuah inovasi teknologi. Semakin kompleks dan rumit sebuah inovasi teknologi akan lebih sulit diadopsi. Atribut keempat, *Trialability* (Rogers, 2003: 16) adalah sejauh mana suatu inovasi teknologi dapat dicoba dan diuji. Atribut terakhir yang menjadi pertimbangan dalam mengadopsi teknologi baru adalah *Observability*, atribut ini terkait dengan sejauh mana hasil adopsi inovasi teknologi dapat diamati dan dikomunikasikan. Jika sebuah inovasi bisa dicoba sebelum diadopsi maka akan meningkatkan keinginan individu mengadopsi teknologi baru (Wahid & Iswari, 2007).

Selain persepsi mengenai aspek teknis teknologi, niat adopsi teknologi baru juga ditentukan oleh karakteristik individu pengadopsi (Filiatrault & Huy, 2006 ; Bellaaj *et al.*, 2008; Mizar *et al.*, 2008). Roger (2003) menyatakan berdasarkan karakteristik individu seperti kondisi sosial ekonomi, perilaku dalam berinteraksi dan berkomunikasi maka perilaku dalam mengadopsi sebuah inovasi dapat dipilah menjadi lima kategori yaitu inovator, *early adopter*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*. Roger (2003) menggambarkan perilaku terhadap adopsi inovasi baru tersebut membentuk kurva distribusi normal seperti yang tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Kategorisasi Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi

Sumber: Roger (2003)

Studi empiris menunjukkan bahwa *innovator* biasanya adalah individu yang lebih muda (Elias *et al.*, 2012; Suharti *et al.*, 2013). Adapun individu yang berusia tua cenderung tergolong dalam kelompok *laggards*, mereka sangat lamban dalam mengadopsi teknologi baru sebab mereka menerapkan tahap per tahap mulai dari observasi sampai pada tahap penerapan. Penerapan akan dilakukan jika mereka sudah sangat yakin terhadap manfaat dan kerugian yang timbul dari kegiatan penerapan teknologi baru tersebut (Hendryx, 2008).

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Kuncen, Salatiga. Adapun jumlah

sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang responden yang merupakan perwakilan dari anggota arisan dan kelompok karang taruna Desa Kuncen yang bersedia diwawancara sebagai narasumber. Dalam penelitian ini dilakukan studi terhadap salah satu teknologi *branchless banking* yang diterapkan oleh Bank CIMB Niaga, yaitu “Rekening Ponsel”. Alasan pemilihan studi kasus terhadap teknologi “Rekening Ponsel” ini karena mayoritas masyarakat Desa Kuncen yang bekerja di pabrikan sekitar lokasi tersebut menggunakan layanan perbankan CIMB Niaga dalam penerimaan gaji mereka. Selain itu daerah ini belum memiliki akses internet sehingga *branchless banking* berbasis telepon seluler lebih sesuai bagi masyarakat Desa Kuncen.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui *focus group discussion* (FGD) dan wawancara terstruktur. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif yang bertujuan mengidentifikasi faktor pendorong masyarakat Desa Kuncen dalam menggunakan teknologi perbankan MPS serta niat penggunaannya yang ditinjau dari karakteristik individu pengadopsi teknologi.

4. Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Ditilik dari tingkat pendidikan, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan SMP dan SMA dengan persentase masing – masing adalah 36%. Adapun responden yang memiliki tingkat pendidikan D3 dan S1 sangat rendah dimana hanya ditemukan 2 orang responden untuk masing – masing jenjang pendidikan. Akan tetapi keseluruhan responden dalam penelitian ini dapat dikatakan melek huruf dan memiliki tingkat pendidikan yang cukup sebab seluruh responden memiliki kesempatan untuk mengenyam pendidikan walaupun 24% diantaranya hanya mengenyam pendidikan dasar 6 tahun. Dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi memungkinkan responden untuk lebih mudah dalam mempelajari hal baru.

Pengetahuan akan perbankan juga cukup tinggi dimana seluruh responden dalam penelitian ini mengenal nama – nama perbankan yang ada di Indonesia seperti BRI, CIMB Niaga, Bank Mandiri, BNI, BCA dan Danamon. BRI merupakan bank yang paling dikenal oleh masyarakat pedesaan (76%). Hal ini tidaklah mengherankan sebab target pasar utam BRI adalah masyarakat pedesaan. Di samping itu BRI merupakan perbankan nasional yang memiliki cabang perbankan terbanyak dengan jangkauan terluas sampai ke pelosok pedesaan.

Terkait dengan penggunaan produk *branchless banking* CIMB Niaga “Rekening Ponsel” yang menggabungkan teknologi informasi dengan

layanan perbankan untuk meningkatkan akses terhadap layanan keuangan formal sangatlah tinggi peluangnya sebab mayoritas responden memiliki ponsel (88%). Dalam penggunaan “Rekening Ponsel”, nomor ponsel menjadi identitas nomor akun sehingga perilaku sering berganti nomor ponsel karena ketertarikan terhadap program promosi operator ponsel tertentu akan menjadi kendala dalam penggunaan “Rekening Ponsel”. Akan tetapi perilaku berganti nomor ponsel karena ketertarikan terhadap program promosi operator ponsel tertentu yang ditemui pada masyarakat Desa Kuncen, Salatiga ini sangatlah rendah. Hanya 8% responden yang menyatakan sering berganti nomor ponsel, hal ini memberikan informasi bahwa penerapan *branchless banking* “Rekening Ponsel” untuk memperluas inklusi keuangan masyarakat Desa Kuncen cukup potensial. Terlebih lagi ditemui masih banyak responden dalam penelitian ini yang belum memiliki akun di bank yaitu sebesar 62%.

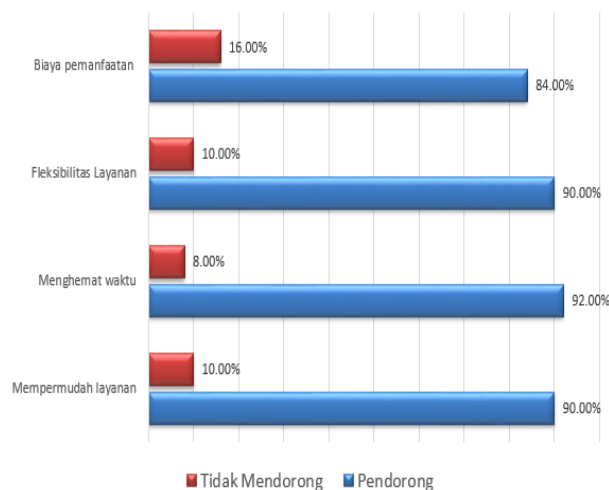
4.2 Faktor Pendorong Adopsi *Branchless Banking*

Pembahasan faktor pendorong adopsi dalam penelitian ini didasarkan pada atribut Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003: 14-16). Dari kelima atribut Difusi Inovasi ditemukan bahwa atribut *relative advantage*, *complexity* merupakan faktor pendorong masyarakat Desa Kuncen untuk mengadopsi teknologi *branchless banking* khususnya “Rekening Telepon”. Sedangkan atribut *observability*, *trialability* dan *compatibility* merupakan faktor penghambat bagi masyarakat dalam mengadopsi teknologi tersebut.

Mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap semua indikator yang digunakan untuk mengukur atribut *relative advantage* yang meliputi aspek kemudahan layanan, efisiensi waktu, dan fleksibilitas layanan.

Responden menyatakan bahwa layanan “Rekening Ponsel” menghemat banyak waktu dalam pemanfaatannya dibandingkan harus mengantri di bank. Begitu pula dengan layanan *branchless banking* yang dapat diakses 24/7, 24 jam sehari 7 hari dalam seminggu menyebabkan fleksibilitas layanan yang tinggi, sehingga layanan perbankan dapat diperoleh di luar jam operasional bank. Pemanfaatan layanan perbankan tentu memiliki konsekuensi biaya, hal ini berlaku juga dalam penggunaan layanan “Rekening Ponsel” dimana besaran biayanya sebesar biaya sms yang dibebankan oleh operator seluler. Lebih dari 80% responden menilai bahwa manfaat penggunaan “Rekening Ponsel” ini lebih besar dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Secara keseluruhan, atribut *relative advantage* yang ditawarkan oleh “Rekening Ponsel” melebihi

layanan perbankan tradisional yang telah ada sehingga dapat dikatakan sebagai faktor pendorong bagi masyarakat pedesaan (Desa Kuncen) untuk menggunakan layanan ini seperti yang tampak pada Gambar 2.



Gambar 2. Atribut *Relative Advantage Branchless Banking* (Rekening Ponsel)

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Atribut yang kedua adalah *compatibility*. Atribut ini merupakan kendala bagi masyarakat Desa Kuncen dalam mengadopsi “Rekening Telepon”. Beberapa hal dikemukakan oleh responden terkait dengan atribut *compatibility* yang menimbulkan keengganan mereka dalam menggunakan “Rekening Ponsel”. Aspek pertama adalah minimnya uang yang dimiliki responden. Sebesar 42% responden menyatakan mereka belum/tidak memiliki uang untuk menabung sebab pendapatan mereka habis dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan. Berdasarkan wawancara dengan salah satu responden diperoleh informasi bahwa masyarakat pedesaan cenderung berpersepsi bahwa diperlukan uang dalam jumlah besar untuk menabung di bank. Sedangkan masyarakat di pedesaan selain harus memenuhi kebutuhan sehari – hari, mereka juga menanggung biaya sosial yang cukup besar seperti sumbangan untuk kerabat yang menikah. Oleh karena itu terkadang uang tunai yang mereka punya sangatlah minim sehingga mereka menganggap tidak layak jika uang dengan jumlah minim tersebut ditabung di bank. Selain itu jika mereka tiba – tiba membutuhkan uang tersebut akan menjadi merepotkan untuk mengambil uang tunai di ATM atau kantor cabang terdekat sedangkan jumlahnya tidak seberapa.

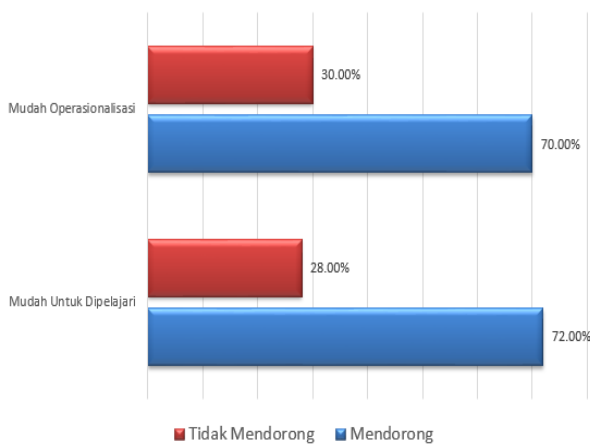
Aspek kedua adalah letak ATM/kantor cabang yang jauh dari tempat tinggal, terdapat 27%

STRATEGI PENINGKATAN KEMAMPUAN ADOPSI TEKNOLOGI BRANCHLESS BANKING

responden yang menyatakan hal ini sebagai kendala mereka mengadopsi “Rekening Telepon”. Dalam menggunakan layanan “Rekening Telepon” ini memang diperlukan untuk masyarakat mengunjungi ATM atau kantor cabang terdekat jika ingin mengambil uang tunai. Hal ini menjadi kendala sebab letak ATM CIMB Niaga terdekat cukup jauh dari pemukiman responden. Terlebih jika ada kebutuhan mengambil uang tunai di malam hari, hal ini agak menyulitkan bagi penduduk yang tidak memiliki transportasi pribadi sebab jarak pemukiman penduduk cukup jauh dari jalan raya. Selain itu kondisi jalan gelap sebab kurangnya penerangan jalan dari pemukiman penduduk sampai jalan raya.

Aspek lain yang menjadi perhatian masyarakat dalam penggunaan “Rekening Ponsel” adalah kompatibel dengan bank lain sehingga memungkinkan untuk transfer antar bank serta menurunnya kemampuan indera penglihatan sehingga susah dalam menggunakan telepon seluler.

Complexity adalah atribut ketiga dari faktor pendorong adopsi, *complexity* mencakup kemudahan dalam operasionalisasi dan seberapa mudah layanan atau produk *branchless banking* itu dapat dipelajari.



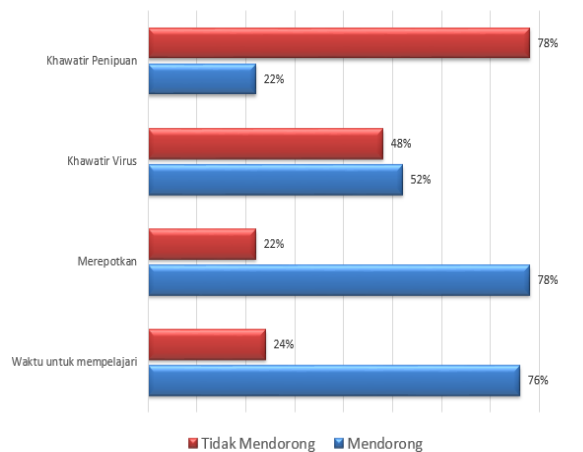
Gambar 3. Atribut *Complexity* *Branchless Banking* (Rekening Ponsel)

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Hasil yang ditampilkan pada Gambar 3. menunjukkan bahwa menurut persepsi masyarakat layanan atau produk *branchless banking* ini memiliki tingkat kompleksitas rendah. Kompleksitas yang rendah akan menjadi faktor pendorong untuk adopsi teknologi ini. Responden menyatakan bahwa mudahnya operasionalisasi dan kemudahan teknologi “Rekening Ponsel” ini mendorong responden untuk mengadopsi. Alasan yang dikemukakan oleh beberapa responden adalah kekhawatiran tidak mampu mengoperasikan

dan tidak bisa bertanya kepada orang lain karena belum banyak yang menggunakan. Berdasarkan usia, responden dengan usia di bawah 50 tahun menyatakan bahwa “Rekening Ponsel” mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dioperasikan, sehingga hal ini bukanlah faktor penghambat dalam adopsi. Responden wanita sebanyak 84% memiliki persepsi bahwa teknologi ini mudah untuk dipelajari, sedangkan responden pria yang meyakini hal yang sama hanya sebesar 59%. Namun lebih banyak responden pria (72%) memiliki persepsi bahwa “Rekening Ponsel” mudah dioperasikan daripada responden wanita (68%). Responden mengakui bahwa “Rekening Ponsel” tidak terlalu sulit untuk dipakai, karena mudahnya penggunaan. Hal ini berhubungan dengan atribut keempat yaitu *trialability*.

Adopsi sebuah teknologi akan memiliki kemungkinan untuk terjadi bila teknologi tersebut dapat diuji coba, tingkat *trialability* tinggi akan menyebabkan adopsi tinggi (Rogers, 2003: 16). Pada penelitian ini faktor tersebut di atas diukur melalui beberapa indikator, antara lain: waktu untuk mempelajari, tingkat kerepotan untuk mencoba, kekhawatiran akan virus maupun penipuan. Persentase jawaban responden dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Atribut *Trialability* *Branchless Banking* (Rekening Ponsel)

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Faktor yang menghambat adopsi adalah kekhawatiran akan penipuan tampak pada jawaban responden, yaitu sebesar 52% responden khawatir akan penipuan sehingga menimbulkan keengganan untuk mencoba teknologi baru ini. Penipuan melalui ponsel sudah banyak terjadi, penipuan pulsa telpon, maupun kejahatan gendam membuat responden lebih khawatir lagi ketika rekening bank menjadi satu dengan ponsel. Kekhawatiran akan penipuan jauh lebih besar dari kekhawatiran akan

virus yang dapat merusak telepon genggam 48% responden menyatakan tidak khawatir sisanya sebesar 26% menyatakan ragu-ragu dan 26% lagi menyatakan khawatir akan virus. Sistem operasional baru yang belum dapat sepenuhnya dipercaya dan sistem keamanan belum terjamin menyebabkan keengganan responden untuk mengadopsi teknologi ini.

Kekhawatiran ini bisa berakar dari ketidaktahuan atau kurangnya informasi meyakinkan yang diterima oleh responden. Beberapa responden memiliki persepsi bahwa layanan ini sebenarnya akan sangat membantu responden, jika hal-hal tersebut di atas dapat dijamin oleh pihak perbankan dan pemerintah. Untuk mengatasi keengganan masyarakat dalam menggunakan teknologi perbankan baru seperti “Rekening Ponsel”, responden mengharapkan pihak aparat desa melakukan 3 hal yaitu, menjadi penghubung antara masyarakat dengan bank, menjadi pengguna lebih dahulu dari teknologi tersebut, memberi sosialisasi dan penyuluhan lebih banyak. Sejalan dengan hal ini, pihak ketiga yang diakui seperti Universitas diharapkan memberikan penyuluhan-penyuluhan dan sosialisasi dengan lebih rutin dan mendetail agar masyarakat pedesaan mau mencoba hal-hal baru dan tidak ketinggalan terhadap perkembangan teknologi baru. Pihak perbankan dan pemerintah di sisi yang lain, diharapkan dapat menjadi faktor pendorong yang kuat bagi responden untuk mengadopsi teknologi baru, jika memberi jaminan keamanan dan mampu meyakinkan masyarakat bahwa teknologi baru ini aman untuk dipakai, dan dijamin oleh pemerintah. Disamping jaminan keamanan, pemerintah dan perbankan diharapkan mendukung melalui fasilitas maupun infrastruktur yang mendukung masuknya teknologi perbankan ke pedesaan.

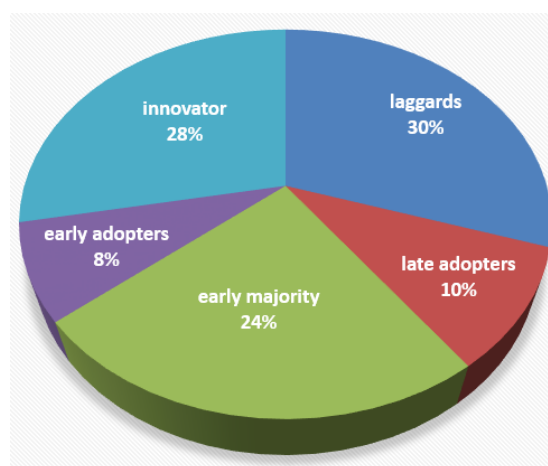
Kekhawatiran-kekhawatiran ini sedikit bertolak belakang dengan jawaban responden yang menyatakan bahwa mereka memiliki waktu untuk mempelajari dan responden juga menyatakan bahwa “Rekening Ponsel” tidak merepotkan. Jika pihak perbankan dapat memberi jaminan akan minimnya penipuan dan gangguan virus, maka kemungkinan responden akan mencoba atau mempelajari hal ini akan lebih besar.

Atribut yang kelima dari faktor pendorong adopsi adalah *observability*. Sejalan dengan pertimbangan Hoppe, et al (2001), atribut *observability* sulit untuk diteliti karena data-data aktivitas perbankan bersifat rahasia sehingga sulit untuk mengamati aktivitas perbankan seorang individu, sehingga dalam penelitian ini faktor tersebut diteliti melalui kegiatan sosialisasi, iklan, serta banyaknya pengguna sehingga bisa dikomunikasikan manfaatnya. Responden menyatakan bahwa sosialisasi mengenai “Rekening

Ponsel” belum banyak dilakukan oleh pihak perbankan, 14% responden menyatakan bahwa hal ini menghambat mereka untuk mengadopsi teknologi ini. Walaupun terdapat iklan “Rekening Ponsel” tetapi penjelasan pada iklan tersebut masih terbatas, sehingga tidak terlihat jelas manfaatnya bagi masyarakat pedesaan, terlebih karena konteks iklannya pun perkotaan. Sedikitnya jumlah orang yang telah menggunakan “Rekening Ponsel” juga menjadi perhatian dari responden, 16% responden menyatakan bahwa hal ini menjadi penghambat pula.

4.3 Niat Adopsi Teknologi *Branchless Banking*

Niat masyarakat Desa Kuncen dalam menggunakan teknologi perbankan *branchless banking* khususnya “Rekening Ponsel” cukup tinggi. Hal ini terlihat dari data tingkatan adopsi masyarakat Desa Kuncen, dimana lebih dari 50% masyarakat termasuk dalam kategori *innovator* (28%), *early adopter* (8%), dan *early majority* (24%); seperti yang tampak dalam Gambar 5.



Gambar 5. Tingkat Adopsi *Branchless Banking* (Rekening Ponsel)

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Kelompok *innovator* adalah individu yang aktif mencari informasi tentang ide-ide baru serta memiliki kemampuan untuk memahami informasi teknis yang rumit dan menghadapi ketidakpastian. *Early adopter* adalah individu yang opininya didengar dan dihormati oleh orang banyak. Kelompok ini merupakan panutan bagi anggota lain dalam sebuah sub sistem. *Early majority* adalah individu yang bersedia melakukan investasi awal terhadap sebuah inovasi teknologi baru dengan memastikan tingkat keamanan atas investasi tersebut (Roger, 2003). Cukup tingginya persentase ketiga kelompok adopter ini mencerminkan adanya penerimaan yang baik oleh masyarakat pedesaan yang sulit dijangkau dengan

kantor cabang perbankan akan teknologi *branchless banking* untuk memfasilitasi mereka mengakses layanan keuangan formal.

Hasil penelitian ini menemukan hal yang sama dengan Suharti *et al.* (2013) serta Elias (2012), kelompok inovator dalam adopsi teknologi baru adalah individu yang berusia muda. Responden yang berusia 15 s.d 24 tahun merupakan kelompok *innovator* dengan persentase sebesar 42,9%. Sedangkan responden berusia tua yang dalam penelitian ini berada pada rentang usia 55 s.d 64 tahun merupakan kelompok *laggards* (66,7%).

Ditinjau dari jenis kelamin, individu pengadopsi teknologi ternyata kelompok *innovator* didominasi oleh penduduk berjenis kelamin wanita. Hal ini berbeda dengan persepsi awam yang biasanya memposisikan pria lebih cerdas teknologi dibanding wanita. Temuan ini diduga karena adanya fenomena yang terjadi di daerah pedesaan khususnya yang dekat dengan lokasi industri dimana penduduk pria cenderung menganggur sedangkan penduduk wanitanya bekerja sebagai buruh pabrik. Desa Kuncen Salatiga merupakan salah satu lokasi yang terkena imbas relokasi industri dari Jabotabek sehingga banyak berdiri pabrik – pabrik di wilayah tersebut, khususnya pabrik tekstil. Pihak manajemen pabrikan cenderung memperkerjakan karyawan wanita karena lebih teliti dalam pekerjaan. Pengalaman dan lingkungan kerja memperluas wawasan penduduk wanita Desa Kuncen termasuk wawasan terhadap teknologi. Hal inilah yang mendorong penduduk wanita Desa Kuncen memiliki niat yang lebih positif dalam mengadopsi teknologi perbankan *branchless banking* ini.

5. Kesimpulan

Responden sebanyak 72% memiliki pendidikan terakhir SMP atau SMA, dengan rata-rata memiliki pendapatan sebesar 1 - < 2,5 juta, hampir semuanya memiliki ponsel dan jarang berganti ponsel. Faktor pendorong berupa *relative advantage*, rendahnya *complexity* disadari benar oleh responden, terbukti dengan banyaknya responden yang setuju bahwa teknologi perbankan ini memiliki keunggulan dibanding layanan atau produk tradisional lainnya. Responden merasa bahwa layanan ini mudah untuk dipelajari dan mudah pengoperasiannya. Walaupun untuk mencoba atau menguji hal ini responden masih memiliki beberapa kekhawatiran, seperti virus dan terutama penipuan namun niat masyarakat untuk mengadopsi teknologi *branchless banking* ini cukup tinggi. Hal ini terlihat dari data tingkatan adopsi masyarakat Desa Kuncen, dimana lebih dari 50% masyarakat termasuk dalam kategori *innovator* (28%), *early adopter* (8%), dan *early*

majority (24%). Namun hal-hal seperti *compatibility*, sebagian dari aspek *trialability*, dan *observability* menjadi hambatan bagi responden untuk mengadopsi.

Berdasarkan tanggapan dari responden diharapkan pihak-pihak, antara lain: pihak perbankan, pihak aparat desa dan universitas diharapkan lebih sering memberikan penyuluhan mengenai informasi-informasi terbaru teknologi perbankan atau memberikan penjelasan lebih sering dan rutin. Pihak pemerintah di sisi lain diharapkan mampu memberikan jaminan keamanan dan hak masyarakat pengguna teknologi baru. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian eksperimental dengan membandingkan beberapa produk *branchless banking* di Indonesia yang berbasis telepon seluler dalam rangka mendesaian teknologi MPS yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat pedesaan.

Acknowledgement

Terima kasih kepada UKSW dan CIMB Niaga Cabang Salatiga yang telah memberikan dukungan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Al-Qeisi, Kholoid I. 2009. Analyzing the Use of UTAUT Model in Explaining an Online Behaviour: Internet Banking Adoption. Doctoral of Philosophy Dissertation. Department of Marketing and Branding: Brunel University.
- Bellaaj, M., Bernard, P., Pecquet, P., & Plaisent, M. 2008. Organisational, Environmental, and Technological Factors relating to Benefits of Website Adoption. *International Journal of Global Business*, Vol. 1, No. 1, pp: 44-64
- Carmel, H., & Scott, W. 2009. E-retailing by Banks: E-Service Quality and Its Importance to Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 43, No. 9/10, pp: 1220-1231
- Dass, R., & Pal, S. 2011. Exploring the Factors Affecting the Adoption of Mobile Financial Services Among the Rural Under-banked. Accessed from <http://aisel.aisnet.org/ecis2011/246/>, on 17 May, 2013
- Elias, S. M., Smith, W. L., & Barney, C. E. 2012. Age as a Moderator of Attitude Towards Technology in the Workplace: Work Motivation and Overall Job Satisfaction. *Behaviour & Information Technology*, Vol. 3, Issue 5, pp: 453-467

- Filiatrault, P., & Huy, L. V. 2006. *The Adoption of E-commerce in SMEs in Vietnam: A Study of Users and Prospects*. Diunduh dari <http://info.hktdc.com/alert/eu0013b.htm>, tanggal unduh 24 November 2011
- Hendryx, J.L., 2008. Generational Differences in Learner Attitudes Toward Technology in Education at the University of Wisconsin-Stout. Diunduh dari http://www2.uwstout.edu/content/lib/thesis/2008/2008_hendryxj.pdf, tanggal unduh 15 September 2013.
- Hoppe, R., Newman P., & Muger P. 2001. *Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in South Africa: a Comparative Study*. An Empirical Research Paper presented to the Department of Information Systems University of Cape Town
- Khattab, I., Balola, Y., & Eldabi, T. 2012. Factors Influencing Branchless Banking for Microfinance in Sudan: Theoretical Perspectives and Future Directions. European, Mediterranean and Middle Eastern Conference on Information Systems. Accessed from <http://www.iseing.org/emcis/emcis2012/EMCISWebsite/proceedings/154.pdf>, on 17 May, 2013
- Mas, I., & Radcliffe, D. 2011. Scaling Mobile Money. Accessed from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1681245, on 17 May, 2013
- Mizar, A., Mawardi, M., Maksum, M., & Rahardjo B. 2008. Tipologi dan Karakteristik Adopsi Teknologi pada Industri Kecil Pengolah Hasil Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Pertanian 2008* – Yogyakarta, 18-19 November .
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations* 5th. New York: Free Press. A Division of Macmillan Publishing Co Inc.
- Suharti, L., Soegiono, L., dan Purwati, Y. 2013. *Technology Innovation Adoption Model among SME Tempe Producer (A Study on Tempe Produces in Jawa Tengah, Indonesia)*. *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 3, Issue 2, pp. 05-14.
- Wahid F., dan Iswari L. 2007. *Adopsi Teknologi Informasi oleh UKM di Indonesia*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi. Yogyakarta, 16 Juni.

BIOGRAFI PENULIS

Penulis Pertama adalah dosen di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia. Beliau mendapatkan gelar *Master of Business and Administration*, dari Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, pada tahun 2009. Fokus pengajaran dan penelitiannya adalah pada manajemen bisnis internasional. Untuk informasi lebih lanjut, beliau dapat dihubungi melalui yenny.purwati@yahoo.com

Penulis Kedua dosen di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia. Beliau mendapatkan gelar *Master of Business and Administration*, dari Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, pada tahun 2010. Fokus pengajaran dan penelitiannya adalah pada manajemen sumber daya manusia. Untuk informasi lebih lanjut, beliau dapat dihubungi melalui rosaly.franksiska@staff.uksw.edu

Penulis Ketiga adalah dosen di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, Indonesia. Beliau mendapatkan gelar Magister Sains ilmu Akuntansi, dari Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia, pada tahun 2007. Fokus pengajaran dan penelitiannya adalah pada akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Untuk informasi lebih lanjut, beliau dapat dihubungi melalui paskah@staff.uksw.edu