



**PULSE  
STORIES**

# Menggali Potensi Teknologi Finansial: Inklusi Keuangan untuk Usaha Mikro di Indonesia







## PULSE STORIES

### Tanggal Publikasi

Laporan ini dipublikasikan pada September 2018 dan dapat diakses publik melalui [pulselabjakarta.org](http://pulselabjakarta.org).

### Penulis

Maesy Angelina, Nisa Fachry,  
Dalia Kuwatly dan Rico Setiawan

### Asisten Riset

Lia Purnamasari

### Editor

Dwayne Carruthers

### Visualisasi

Visi Dikara dan Rico Setiawan

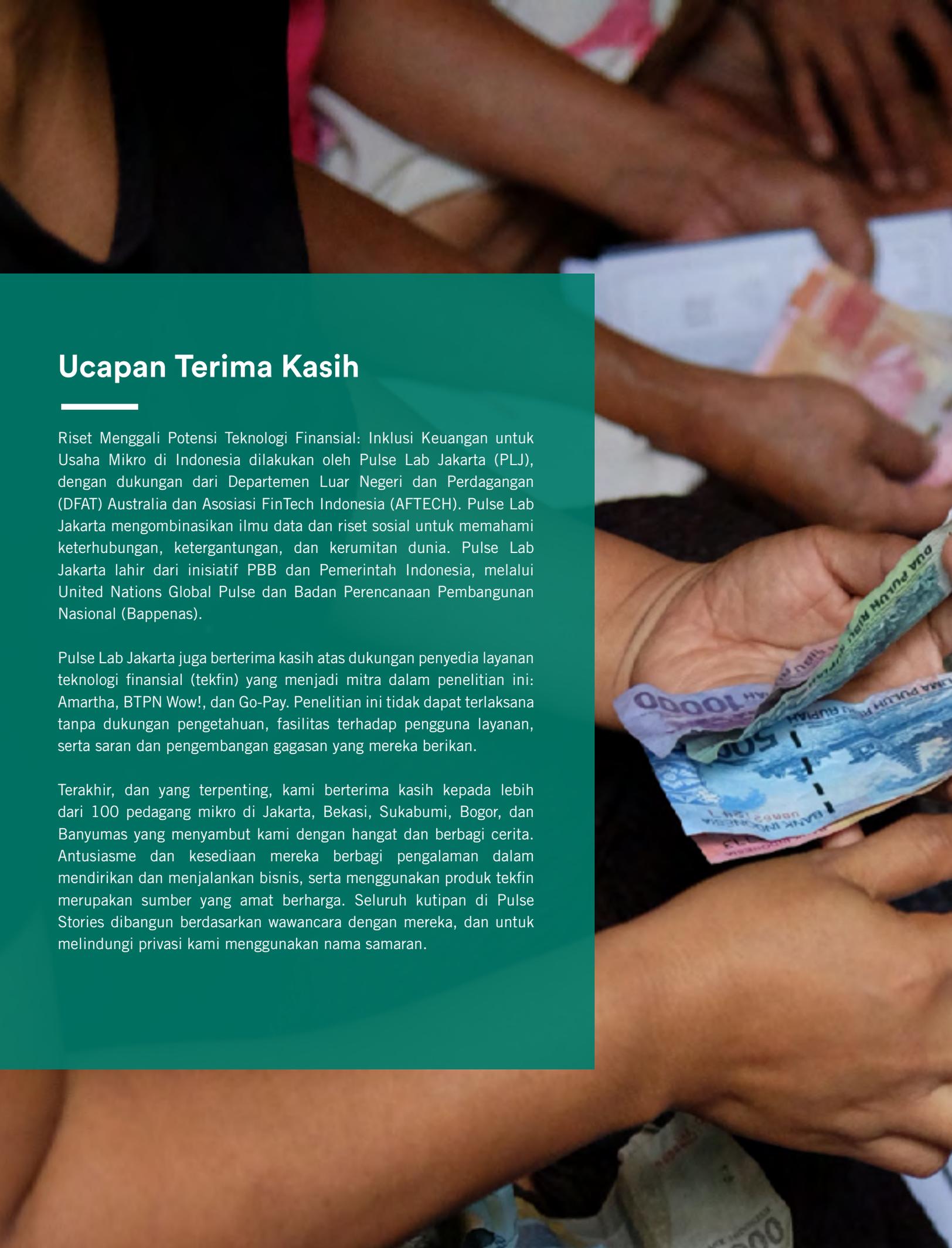
### Kredit Foto

Kecuali yang dirincikan terpisah, seluruh foto di dalam laporan ini diambil oleh anggota Tim Social Systems Team di Pulse Lab Jakarta.

### Hak Cipta dan Izin

Laporan ini berada di bawah lisensi Creative Commons Attribution 3.0 IGO. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.



A close-up photograph of several hands holding and counting Indonesian Rupiah banknotes. The notes are in various denominations, including 10,000, 5,000, and 1,000. The hands are of different skin tones, suggesting a diverse group of people. The background is slightly blurred, focusing attention on the currency and the hands.

## Ucapan Terima Kasih

Riset Menggali Potensi Teknologi Finansial: Inklusi Keuangan untuk Usaha Mikro di Indonesia dilakukan oleh Pulse Lab Jakarta (PLJ), dengan dukungan dari Departemen Luar Negeri dan Perdagangan (DFAT) Australia dan Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH). Pulse Lab Jakarta mengombinasikan ilmu data dan riset sosial untuk memahami keterhubungan, ketergantungan, dan kerumitan dunia. Pulse Lab Jakarta lahir dari inisiatif PBB dan Pemerintah Indonesia, melalui United Nations Global Pulse dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).

Pulse Lab Jakarta juga berterima kasih atas dukungan penyedia layanan teknologi finansial (tekfin) yang menjadi mitra dalam penelitian ini: Amarta, BTPN Wow!, dan Go-Pay. Penelitian ini tidak dapat terlaksana tanpa dukungan pengetahuan, fasilitas terhadap pengguna layanan, serta saran dan pengembangan gagasan yang mereka berikan.

Terakhir, dan yang terpenting, kami berterima kasih kepada lebih dari 100 pedagang mikro di Jakarta, Bekasi, Sukabumi, Bogor, dan Banyumas yang menyambut kami dengan hangat dan berbagi cerita. Antusiasme dan kesediaan mereka berbagi pengalaman dalam mendirikan dan menjalankan bisnis, serta menggunakan produk tekfin merupakan sumber yang amat berharga. Seluruh kutipan di Pulse Stories dibangun berdasarkan wawancara dengan mereka, dan untuk melindungi privasi kami menggunakan nama samaran.



# Daftar Isi

---

<b>RINGKASAN EKSEKUTIF</b>	<b>01</b>
<b>KONTEKS: INKLUSI KEUANGAN UNTUK USAHA MIKRO DI INDONESIA</b>	<b>07</b>
Memperluas jangkauan teknologi finansial dengan fokus pada usaha mikro Menggunakan human-centered design untuk mempelajari tekfin dari para pengadopsi awal Kerja lapangan dalam angka	
<b>MENGENAL PENGUSAHA MIKRO</b>	<b>15</b>
Alur perputaran bisnis pengusaha mikro Perputaran uang pengusaha mikro Mengapa pedagang mikro tidak dapat mengakses layanan keuangan formal?	
<b>ADOPSI TEKFIN: PERJALANAN PENGGUNA DAN FAKTOR PEMBERDAYA</b>	<b>25</b>
Lihat perjalanan pengguna Mengapa banyak rekening tekfin terbengkalai? Empat faktor pemberdaya untuk pengadopsian tekfin Agen-agen dengan motivasi tinggi adalah ujung tombak tekfin	
<b>MERUMUSKAN TEMUAN LAPANGAN KE DALAM PRINSIP-PRINSIP DESAIN</b>	<b>35</b>
Menghubungkan temuan dengan prinsip-prinsip desain Membangun kepercayaan melalui insentif Domain kebijakan: perlindungan konsumen dan edukasi keuangan	
<b>LANGKAH KE DEPAN</b>	<b>51</b>
Mengubah perilaku pengelolaan keuangan Langkah ke depan: mengintegrasikan sisi sosial keuangan ke dalam tekfin	
<b>REFERENSI</b>	<b>55</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN DAN GLOSARIUM</b>	<b>57</b>



## Ringkasan Eksekutif

Banyak pedagang kaki lima, pemilik warung, dan ribuan pengusaha mikro di seluruh Indonesia kesulitan menjangkau layanan keuangan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan mereka. Padahal, 99 persen dari seluruh usaha di Indonesia tergolong sebagai usaha mikro. Seiring meningkatnya layanan teknologi finansial (tekfin) di Indonesia, muncul berbagai peluang baru yang dapat membantu menghadirkan layanan yang lebih cepat dan efisien. Demi mendorong ketahanan dan pertumbuhan ekonomi di sektor usaha mikro, khususnya segmen yang masih belum dijangkau perbankan, serta mendukung agenda inklusi keuangan yang diupayakan Pemerintah Indonesia, Pulse Lab Jakarta melaksanakan proyek penelitian dengan tujuan memahami pengalaman para pengusaha mikro yang telah lebih dulu mengadopsi layanan tekfin.

Kami sadar bahwa telah banyak riset yang secara khusus meneliti kendala-kendala perilaku masyarakat yang masih belum terjangkau perbankan dalam mengadopsi layanan tekfin. Untuk itu, kami mencatat bahwa sejumlah penyedia layanan keuangan digital di Indonesia mulai menjangkau segmen ini melalui layanan rekening tabungan *mobile*, pembayaran *mobile*, serta layanan pinjam meminjam berbasis teknologi informasi (*peer-to-peer group lending*). Atas dasar-dasar inilah kami merumuskan pertanyaan penelitian ini, yakni: **Mengapa, dan bagaimana, terlepas dari segala kendala dan hambatan perilaku, sejumlah pelaku usaha mikro mengambil langkah berani dan mulai menggunakan layanan-layanan teknologi keuangan?**

### Methodology

Kami berupaya memperoleh pembelajaran dari pengalaman para *early adopters* atau pengadopsi awal tekfin dan mengubahnya menjadi peluang bagi masyarakat yang masih belum terjangkau layanan perbankan. Untuk menjawab pertanyaan penelitian

yang telah kami rumuskan di atas, kami bekerja sama dengan tiga perusahaan tekfin (yang menysasar segmen pelaku usaha mikro) untuk mengidentifikasi responden-responden kami. Kami menerapkan serangkaian metode yang termasuk dalam metodologi *human-centered design*, yaitu pendekatan pemecahan masalah yang mengharuskan peneliti untuk berempati dengan manusia, atau para pengguna, yang menjadi sasaran suatu layanan. Tujuan pendekatan ini adalah memahami kebutuhan, keinginan, pain point, dan pengalaman para responden. Karena pendekatan tersebut termasuk metode penelitian kualitatif, penelitian ini lebih bertujuan memberikan pemahaman secara mendalam alih-alih menyajikannya secara statistik.

Penekanan kami pada wawasan perilaku berasal dari kesadaran bahwa meski upaya inklusi keuangan perlu dimulai dari tataran pembuatan kebijakan, ia juga mesti didukung dengan pemahaman yang jelas tentang realita yang dialami target pengguna. Tim riset kami mewawancarai sebanyak 116 responden, 70 persen di antaranya adalah perempuan, di lima wilayah di pulau Jawa: Jakarta, Bekasi, Sukabumi, Ciseeng, dan Banyumas. 90 persen responden terdiri dari para pengusaha mikro yang mengelola toko kelontong atau warung makan yang juga menjual pulsa sebagai usaha sampingan.

### Mengapa para pelaku usaha mikro tidak mengadopsi layanan keuangan formal?

Dalam mempelajari siklus perputaran usaha dan keuangan pelaku usaha mikro, kami mengidentifikasi tiga hambatan mental utama yang menghalangi mereka mengadopsi layanan keuangan formal konvensional serta layanan-layanan yang difasilitasi melalui tekfin.

---

**Pertama, ada anggapan bahwa tak ada salahnya menggunakan uang tunai.** Sebagian besar pengusaha mikro yang kami wawancarai menyimpan uang tunai di rumah karena lebih mudah dan praktis. Memiliki uang tunai artinya mereka bisa langsung menggunakan uang untuk keperluan usaha atau pribadi, terlebih karena transaksi dengan pelanggan atau pemasok juga masih dilakukan secara tunai. Bagi mereka, manfaat menyimpan maupun menarik uang melalui rekening bank tak sebanding dengan kerumitannya.

**Kedua, pelaku usaha mikro seringkali berencana untuk jangka pendek dan menganggap bahwa layanan keuangan hanya berguna untuk jangka panjang.** Para pengusaha mikro membedakan ‘menabung’ dengan ‘nyisihin’ — kebiasaan menyetorkan pemasukan harian mereka ke pos-pos pengeluaran harian, dan sebagian kecil pemasukan mereka alokasikan untuk pengeluaran mingguan atau bulanan. Bagi mereka, rekening tabungan digunakan untuk menyimpan sejumlah uang yang seharusnya tidak boleh ditarik atau dipakai untuk membayar pengeluaran. Mereka juga beranggapan bahwa setoran uang ke rekening bank harus dalam jumlah besar, dan bukan beberapa ribu rupiah yang biasanya mereka sisihkan untuk kebutuhan jangka panjang. Sekalipun mereka menyadari pentingnya memiliki rekening bank, mereka merasa itu tak sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.

**Ketiga, meski tingkat kepemilikan ponsel cukup tinggi, banyak pengusaha mikro yang merasa tidak nyaman mengadopsi cara-cara baru dalam penggunaan teknologi.** Global Findex 2017 memperkirakan bahwa 60 juta orang yang tidak punya rekening bank di Indonesia memiliki ponsel. Sebagian besar pengusaha mikro yang kami temui memiliki ponsel — pengguna *smartphone* kurang lebih sama banyaknya dengan pengguna *feature phone* biasa — atau setidaknya memiliki satu ponsel yang digunakan bersama-sama sekeluarga. Akan tetapi, berbeda dari masyarakat kelas menengah perkotaan pada umumnya, mereka tidak menganggap ponsel sebagai barang pribadi atau sebagai sarana untuk menjaga hubungan sosial. Kecuali beberapa pengusaha mikro yang berjiwa kewirausahaan tinggi, sebagian besar pelaku usaha mikro hanya memanfaatkan ponsel untuk hal-hal mendasar seperti mengirim SMS dan menelepon jika ada keperluan mendesak. Hanya beberapa

orang yang kami temui menggunakan media sosial, dan sebagian besar berbagi satu ponsel dengan anggota keluarga lainnya. Kami menemukan bahwa sebagian besar pengusaha mikro tidak merasa nyaman mengadaptasi teknologi baru. Mereka mengakui bahwa meski tekfin dapat membantu mengelola keuangan dan usaha mereka, mereka merasa selalu gelagapan saat pertama kali berinteraksi dengan suatu layanan tekfin.

### **Faktor pemberdaya: Kuncinya terletak pada manusia, bukan teknologinya**

Dengan memfokuskan riset kami pada pengadopsi awal produk-produk dan layanan tekfin — rekening tabungan *mobile*, pembayaran *mobile*, dan *peer-to-peer group lending* — kami berhasil mengidentifikasi potongan demi potongan pengalaman pengusaha mikro dalam mengadopsi layanan tekfin, dengan mempertimbangkan berbagai hambatan mental di atas. Kami memetakan seluk-beluk perjalanan pengguna dalam mengadopsi tekfin, yang dimulai sejak paparan awal, memutuskan, mendaftar, menggunakan pertama kali — sampai penggunaan berkelanjutan (tahap paling penting tetapi paling rentan dalam mengadopsi tekfin). Perjalanan ini tak hanya menangkap kegiatan dan persyaratan dalam tiap tahap proses adopsi, tetapi juga proses berpikir, pihak-pihak berpengaruh dan perasaan-perasaan yang terlibat.

Dari perjalanan yang telah kami petakan tersebut, kami mengidentifikasi empat faktor pemberdaya yang berhasil membantu memfasilitasi adopsi tekfin: keberadaan tetangga dan relasi terpercaya, contoh-contoh penggunaan yang sesuai kebutuhan, aksesibilitas, dan keterjangkauan. Faktor-faktor pemberdaya ini sangat bergantung pada agen — perantara manusia yang menghubungkan layanan tekfin dengan para penggunanya. Agen-agen ini berperan penting dalam mendukung adopsi tekfin oleh para pelaku usaha. Mereka bertindak tak hanya sebagai penyampai pesan dan motivator dalam tahap paparan awal dan pembuatan keputusan, tetapi juga membantu memecahkan masalah di fase pendaftaran, penggunaan awal, dan penggunaan lanjutan. Selain menjadi penyalur informasi, sebagai orang dekat yang dapat dipercaya, masing-masing agen berperan sebagai mediator ulung yang tetap sabar dan tenang dalam membantu para pengusaha mikro mengatasi ketidaknyamanan mereka dengan teknologi dan perubahan perilaku.

## Temuan Utama dan Prinsip Desain

Kami merangkum berbagai pembelajaran yang telah kami peroleh tentang perilaku, anggapan, dan perasaan para pengusaha mikro terhadap tekfin dan pengelolaan keuangan ke dalam delapan temuan utama:

### 1) Pengusaha mikro menganggap layanan keuangan dibuat khusus untuk perencanaan jangka panjang, sedangkan mereka hanya membuat perencanaan jangka pendek

Berdasarkan temuan kami, pengusaha mikro umumnya membuat rencana keuangan untuk jangka pendek – harian, mingguan, atau bulanan – dan hanya beberapa yang membuat rencana jangka panjang. Karena pemasukan yang terbatas, pengusaha mikro cenderung menyisihkan uang setiap hari untuk keperluan spesifik, contohnya melunasi utang mingguan, membayar tagihan bulanan seperti tagihan listrik atau air, atau belanja kebutuhan anak. Jadi, pemasukan harian akan langsung dibelanjakan pada hari yang sama atau keesokan harinya. Kebiasaan ini memengaruhi persepsi pengusaha mikro tentang transaksi keuangan melalui bank formal; mereka menganggapnya sebagai sarana perencanaan jangka panjang yang hanya digunakan apabila mereka punya uang lebih yang tak akan disentuh lagi setelah disetor ke rekening.

### 2) Pengusaha mikro memanfaatkan rekening tabungan *mobile* sebagai “simpanan sementara”

Pada umumnya, pengusaha mikro menggunakan rekening tabungan *mobile* dengan tujuan spesifik, contohnya menabung untuk keluarga di kampung atau mengumpulkan uang agar bisa mudik. Setelah tabungan di rekening mencapai jumlah tertentu, mereka akan menarik uang yang telah terkumpul atau mengirimkannya ke rekening lain, yang biasanya berasal dari bank yang sama dengan pihak penerima transfer.

### 3) Agen dan pengguna memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja

Terdapat hubungan kuat yang didasari kepercayaan antara agen dengan pengguna, dan agen mengandalkan keakraban ini untuk merekrut dan mempertahankan pengguna. Pengguna seringkali memperlakukan agen sebagai ‘tetangga yang dapat membantu,’ bukan sebagai ‘perwakilan lembaga keuangan formal.’ Hal ini antara lain menyebabkan agen tidak ingin membebani pengguna dengan memperkenalkan fitur-fitur baru yang dirasa akan membuat pengguna gelagapan.



### 4) Norma-norma sosial memengaruhi pengusaha mikro saat mengambil keputusan

Keluarga dan teman adalah pihak-pihak yang paling memengaruhi keputusan pengusaha mikro untuk menabung atau meminjam uang, juga ke mana harus menabung atau meminjam uang. Terkadang, pengguna mendaftar ke suatu layanan karena ikut tetangga, atau ingin membantu atau menyenangkan teman-teman mereka yang merupakan agen tekfin. Di luar lingkaran sosial terdekat mereka, kami menemukan bahwa mitra bisnis pengusaha mikro, seperti distributor atau pemasok, juga dapat mendorong mereka untuk mengadopsi layanan keuangan.

### 5) Kemudahan lebih penting daripada risiko atau biaya

Pemilik usaha mikro lebih mengutamakan kemudahan daripada biaya. Saat meminjam uang, misalnya, mereka lebih memerhatikan berapa kali mereka harus menyicil dan berapa jumlah cicilannya ketimbang suku bunga atau perkiraan laba/untung setelah menggunakan suatu fasilitas pinjaman. Angsuran dengan frekuensi lebih sering dan dalam jumlah kecil dianggap lebih nyaman. Mereka lebih memilih melunasi cicilan utang secara mingguan, misalnya, dibandingkan bulanan. Jika mereka boleh membayar utang secara mingguan, terlepas dari



bunga yang diminta, mereka akan menganggap pinjaman tersebut lebih terjangkau. Kami menemukan pola yang sama dalam kebiasaan menabung pengusaha mikro: mereka memilih menabung di rumah karena dianggap praktis, meski risiko pencurian lebih tinggi.

#### **6) Agen dan pengguna mengandalkan komunikasi lisan**

Sebagian besar pengusaha mikro enggan membaca brosur atau informasi tertulis tentang layanan keuangan digital. Mereka mengandalkan pendekatan personal atau satu-lawan-satu di mana agen, biasanya orang dekat yang dapat dipercaya, akan mengajari dan membimbing mereka dalam proses pendaftaran dan selama mereka menggunakan suatu layanan. Mereka merasa agen mampu memberi penjelasan dalam bahasa yang mudah dipahami.

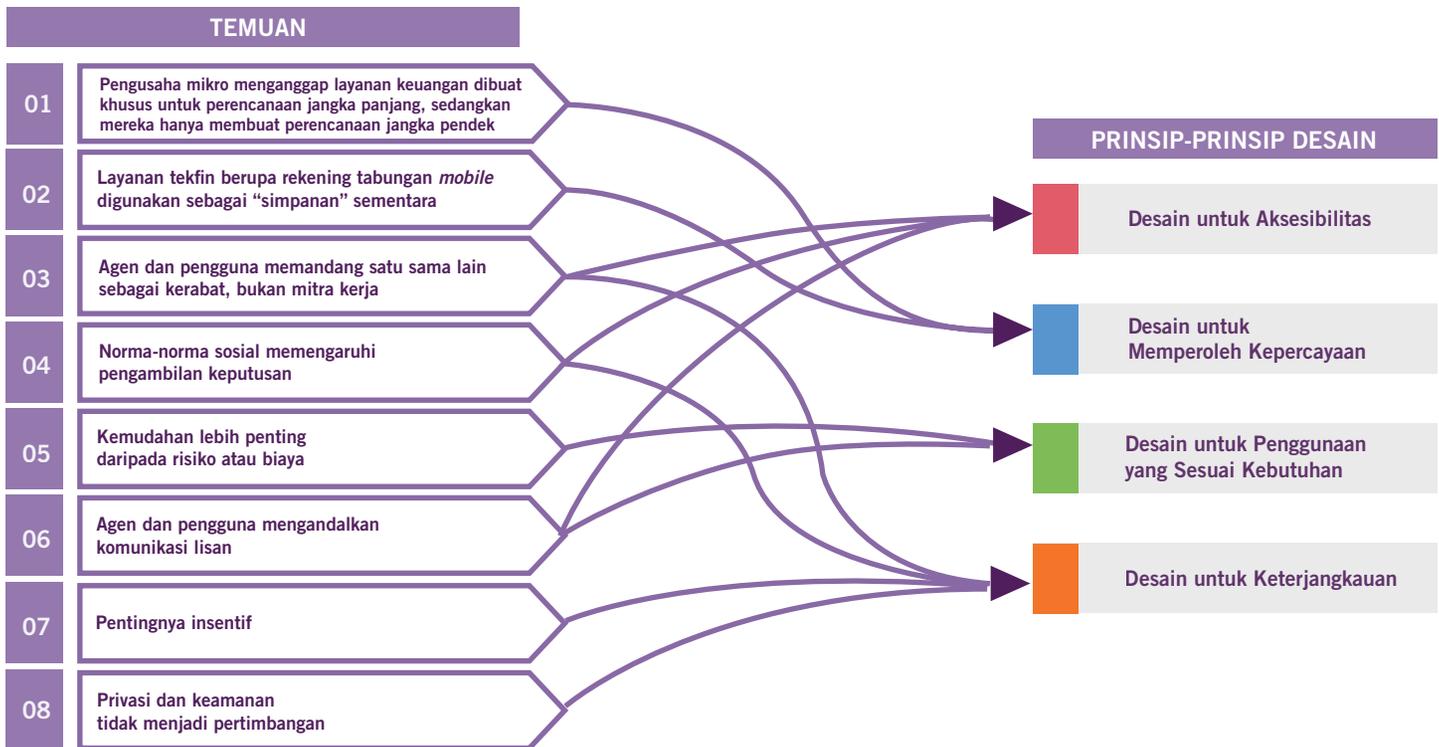
#### **7) Pentingnya insentif**

Insentif sangat penting baik bagi agen maupun pengguna. Bagi pengguna, insentif yang paling berhasil adalah insentif dalam bentuk syarat dan ketentuan dari layanan itu sendiri, misalnya ketentuan pelunasan suatu layanan pinjaman. Bagi agen, serangkaian insentif yang dapat memberi penghasilan tambahan atau pekerjaan sampingan akan memotivasi mereka untuk bekerja lebih baik.

#### **8) Privasi dan keamanan tidak menjadi pertimbangan**

Mengingat hubungan antara agen dan pengguna didasari kepercayaan, privasi dan keamanan tak dipandang sebagai isu yang patut dipertimbangkan. Kami menemukan banyak contoh praktik yang tidak aman, seperti berbagi kata sandi atau menitipkan uang pada agen tanpa memastikan apakah uang tersebut langsung disetorkan. Demi memperoleh manfaat dari penggunaan layanan keuangan, memahami konsep privasi dan literasi dalam protokol keamanan dan perlindungan konsumen menjadi sangat penting bagi pengusaha mikro, seperti halnya setiap pengguna tekfin.

Kedelapan temuan inti di atas menunjukkan bahwa, **bagi pengusaha mikro, bagaimana suatu layanan tekfin diperkenalkan dan diterapkan lebih memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi layanan keuangan digital, daripada rincian tentang teknologi itu sendiri.** Oleh karena itu, alih-alih merekomendasikan gagasan produk atau layanan yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan, kami memilih untuk menuangkan temuan yang diperoleh dari penelitian kami ke dalam serangkaian prinsip desain. Prinsip-prinsip ini dapat diterapkan oleh perusahaan tekfin sebagai arahan desain dalam mengembangkan dan mengujicobakan berbagai solusi untuk usaha mikro di Indonesia.



### Desain untuk Aksesibilitas

Aksesibilitas di sini bermakna jauh lebih luas dari sekadar berapa jauh jarak antara tempat tinggal pengusaha mikro dengan lokasi layanan keuangan terdekat, atau apakah jam buka layanan cukup fleksibel untuk mengakomodasi kebutuhan mereka. Aksesibilitas juga berarti apakah pemilik usaha mikro memiliki akses informasi yang dikemas sedemikian rupa sehingga mereka merasa yakin bahwa mereka telah memahami tujuan dan manfaat suatu layanan beserta segala persyaratannya. Aksesibilitas khususnya menjadi tantangan bagi sejumlah segmen masyarakat pemilik usaha mikro, seperti kelompok lansia, perempuan di wilayah pedesaan, dan pengusaha mikro yang semi-melek aksara. Kelompok-kelompok ini memerlukan pendekatan komunikasi khusus, atau bahkan skema khusus, agar mereka merasa mampu mengakses layanan keuangan digital.

### Desain untuk Memperoleh Kepercayaan

Kepercayaan adalah tema yang seringkali muncul dalam percakapan kami dengan para pengusaha mikro. Mereka menaruh kepercayaan pada agen, yang merupakan orang terpercaya yang bertindak sebagai antarmuka manusia dari sebuah layanan keuangan digital. Agar dapat mengadopsi suatu teknologi, pengusaha mikro juga perlu merasa percaya diri atas kemampuan mereka menggunakan teknologi tersebut, meski dalam banyak kasus mereka hanya mengandalkan kemampuan dan kesediaan agen untuk membantu mereka menggunakan layanan tekfin. Pengusaha

mikro yang bertindak sebagai agen tekfin juga perlu memercayai merek dan sistem insentif yang diterapkan oleh perusahaan agar mereka memiliki motivasi yang cukup untuk menjalankan peran mereka.

### Desain untuk Penggunaan yang Sesuai Kebutuhan

Pengusaha mikro memberi respon yang jauh lebih baik jika diberi contoh-contoh penggunaan yang spesifik daripada dibekali pengetahuan awal tentang produk, yang seringkali mereka anggap terlalu rumit. Contoh-contoh penggunaan yang sesuai kebutuhan biasanya langsung relevan terhadap kebiasaan sehari-hari para pengusaha mikro, sehingga perubahan perilaku yang diperlukan untuk mengadopsi layanan keuangan digital tidak begitu drastis. Contoh-contoh kasus seperti ini juga lebih berhasil meyakinkan para pengusaha mikro untuk mengadopsi layanan keuangan digital jika agen menyampaikannya dalam beberapa bagian secara bertahap.

### Desain untuk Keterjangkauan

Persepsi masing-masing pengusaha mikro tentang keterjangkauan bergantung pada konteks kehidupan mereka. Membandingkan persyaratan dan ketentuan layanan keuangan digital dengan layanan perbankan konvensional belum tentu dapat meyakinkan pengusaha mikro, karena mereka cenderung tidak menganggap bank sebagai pilihan

---

yang layak terutama dalam meminjam uang. Pengusaha mikro juga akan membandingkan layanan keuangan digital dengan opsi-opsi lainnya yang bisa mereka akses, seperti lembaga keuangan mikro, koperasi, rentenir, dan arisan. Bagi pengusaha mikro yang menghabiskan penghasilan mereka dalam waktu singkat, jangka waktu menjadi faktor yang lebih penting daripada biaya dalam menentukan keterjangkauan suatu layanan. Apabila siklus keuangan mereka pendek, akan lebih terjangkau bagi mereka untuk melunasi kewajiban keuangan dalam rentang waktu singkat, misalnya membayar angsuran pinjaman secara mingguan daripada bulanan.

### **Arah ke depan: potensi dampak dan kendala**

Industri tekfin yang tumbuh kian pesat di Indonesia mulai menjangkau pelaku usaha mikro. Peran agen, sebagai perantara manusia antara layanan tekfin dengan penggunanya, sangat penting untuk mengatasi tantangan dalam mengadopsi tekfin. Agen berperan aktif sebagai motivator yang mendorong agar pengguna bergabung ke sebuah layanan, serta sebagai pendidik dan pemecah masalah dalam menggunakan layanan. Akan tetapi, meski dengan bantuan agen, masalah utama dalam layanan tekfin tidak terletak pada adopsi pengguna, melainkan retensi atau penggunaan berkelanjutan.

Retensi hanya akan terjadi jika layanan tekfin membawa dampak positif terhadap usaha dan kehidupan sehari-hari para penggunanya. Rekening tabungan digital, tempat pengguna bisa menyimpan sejumlah kecil uang tunai, dirasakan sangat berguna oleh pelanggan. *Peer-to-peer lending* sudah pasti menawarkan skenario penggunaan yang sangat relevan, karena sebagian besar pengusaha mikro tidak mampu mengakses pinjaman modal dari lembaga-lembaga keuangan formal. Untuk jasa pembayaran, pelaku usaha mikro melihat adanya potensi untuk menggunakan layanan ini karena memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Belajar dari para pengadopsi awal tekfin, kami melihat sinyal-sinyal perubahan perilaku keuangan di kalangan pelaku usaha mikro setelah menggunakan layanan tekfin, yang akan membawa dampak lebih besar terhadap kehidupan mereka dalam jangka panjang. Pertama, kami mendapati bahwa meski mentalitas “uang tunai adalah raja” masih mendominasi, pengusaha mikro bisa didorong

agar lebih sering menggunakan layanan keuangan digital. Dengan dukungan agen yang memberi contoh-contoh kasus penggunaan yang relevan dan bertindak sebagai sistem pengingat, pengguna akan cenderung lebih sering menggunakan layanan keuangan digital. Kedua, kami menemukan bahwa pengusaha mikro tidak hanya menggunakan uang mereka untuk keperluan usaha, tetapi juga sebagai cadangan uang tunai untuk keperluan darurat, yang sebenarnya menunjukkan bahwa mereka tidak hanya merencanakan keuangan untuk jangka pendek, melainkan juga untuk jangka panjang dan keperluan mendesak.

Terakhir, kehadiran tekfin berdampak besar khususnya bagi perempuan di wilayah pedesaan, yang selama ini dianggap tidak memenuhi syarat untuk mengajukan pinjaman formal. Tekfin memungkinkan para perempuan ini mengakses pinjaman mikro dengan persyaratan minim, sehingga mereka dapat mempertahankan usaha dan menjadi pencari nafkah primer atau sekunder. Selanjutnya, riset kami menyoroti bahwa keuangan adalah kegiatan sosial bagi para pelaku usaha mikro, seperti halnya bagi sebagian besar masyarakat yang tidak terjangkau perbankan di Indonesia. Fenomena ini sangat berbeda dari pendekatan individu yang diterapkan oleh kelas menengah dan menengah ke atas, yang merupakan segmen yang lebih sering disasar para pelaku tekfin dan lembaga keuangan untuk menggunakan teknologi dan layanan keuangan. Sementara konsumen kelas menengah dan menengah ke atas bersedia mempelajari fitur-fitur suatu layanan baru yang mungkin bermanfaat bagi mereka, segmen pengusaha mikro yang tidak memiliki rekening bank cenderung bertahan dengan sebagian kecil skenario penggunaan yang sudah nyaman mereka gunakan, dan menghindari fitur-fitur lain karena mereka merasa gagap menggunakannya. Di samping itu, pengusaha mikro sangat bergantung pada agen mereka dan tetangga serta relasi terpercaya sehingga mereka bersedia membagikan kata sandi mereka — perilaku yang berisiko tinggi dari perspektif keamanan. Perlindungan privasi dan konsumen sudah menjadi agenda prioritas bagi para pembuat kebijakan di sektor tekfin. Akan tetapi, agar dapat merealisasikan potensi tekfin untuk merangkul segmen ini, diperlukan pendekatan kebijakan yang mempertimbangkan aspek sosial dari kegiatan keuangan, serta memperhitungkan fakta bahwa masyarakat yang belum dijangkau perbankan cenderung bergantung pada orang-orang terpercaya di sekitar mereka.





# Konteks: Inklusi Keuangan untuk Usaha Mikro di Indonesia



**Pengusaha mikro adalah tulang punggung perekonomian Indonesia. Ironisnya, sebagian besar dari mereka seringkali tak bisa mengakses layanan keuangan. Mampukah teknologi finansial mempercepat keterbukaan akses tersebut?**



Dalam beberapa tahun terakhir perekonomian Indonesia tumbuh pesat; ia bahkan diperhitungkan sebagai salah satu perekonomian terbesar di dunia (PriceWaterhouseCoopers, 2017). Namun, seiring pertumbuhan yang pesat ini, kesenjangan pun meningkat. Hal ini sering disebut sebagai faktor yang mengancam kohesi sosial dan, sebagai akibatnya, keseluruhan prospek perekonomian Indonesia (Demirgüç-Kunt et al, 2018). Aspek menonjol dari kesenjangan ini adalah ketimpangan akses terhadap inklusi keuangan di antara kelompok-kelompok ekonomi tertentu. Hanya 37 persen pengguna layanan perbankan berasal dari 40 persen penduduk termiskin di Indonesia (Digital New Asia, 2018). Lebih dari sekadar istilah populer, inklusi keuangan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap orang dapat mengakses layanan keuangan yang memadai, terlepas dari tingkat penghasilannya. Tujuan lebih luasnya adalah membantu meningkatkan kesejahteraan dengan menghilangkan hal-hal yang menghambat sarana transaksi keuangan yang aman dan efisien.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (disingkat UMKM) di Indonesia lazimnya tidak bisa mengakses modal untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan potensi bisnis mereka. Mengingat UMKM mempekerjakan lebih dari 107 juta warga Indonesia dan menyumbang sekurang-kurangnya 60 persen PDB, ini menjadi sebuah kesempatan yang terlewat (LPPI – Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia, 2015). Inklusi keuangan

dapat berkontribusi pada perkembangan bisnis mereka melalui peningkatan kemudahan untuk mengakses layanan dan produk keuangan. Selain meningkatkan akses ke modal, inklusi keuangan juga membantu memberikan kepastian finansial untuk masyarakat rentan miskin ketika menghadapi guncangan ekonomi atau bencana.

**Inklusi keuangan ideal:** Keadaan saat semua orang memiliki akses ke layanan keuangan yang berkualitas, menyeluruh, dan terjangkau, dengan mudah dan bermartabat. Layanan keuangan tersebut diberikan oleh sejumlah penyedia, sebagian besarnya dari sektor swasta, dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk warga penyandang disabilitas, miskin, pedesaan, dan populasi terpinggirkan lainnya (Center for Financial Inclusion, 2018). Inklusi keuangan seringkali divalidasi dengan persentase populasi (dewasa) yang mempunyai rekening bank. Tetapi, karena memiliki akses ke layanan keuangan tidak sama dengan menggunakannya secara aktif, Global Findex memakai dua indikator, yaitu memiliki akses dan menggunakan layanan keuangan, untuk mengukur inklusi keuangan.

**Usaha Mikro:** Usaha produktif milik perorangan atau sekelompok orang, dengan aset bersih senilai maksimal Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi bisnis) atau pendapatan penjualan tahunan sama dengan atau lebih kecil dari Rp300 juta (LPPI – Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia, 2015).

**Pengusaha Mikro:** Setiap orang yang bekerja pada atau memiliki usaha mikro.

## Memperluas jangkauan teknologi finansial dengan fokus pada usaha mikro

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, 99 persen dari seluruh badan usaha di Indonesia adalah usaha mikro (Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, 2014). Itu sebabnya kami merasa perlu mempertajam fokus pada usaha mikro, mengingat segmen ini memiliki potensi sekaligus kerentanan ekonomi khususnya ketika guncangan ekonomi atau bencana alam terjadi. Pemerintah Indonesia mendefinisikan usaha mikro sebagai ‘usaha produktif milik perorangan atau sekelompok orang, dengan aset bersih senilai maksimal Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi bisnis) atau pendapatan penjualan tahunan sama dengan atau lebih kecil dari Rp300 juta’ (LPPI – Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia, 2015).

Pada 2016, Pemerintah Indonesia meluncurkan Strategi Nasional Keuangan Inklusif, yang bertujuan memberi dukungan kebijakan bagi lembaga-lembaga perbankan sehingga dapat memperluas akses jasa keuangan untuk warga Indonesia. Menindaklanjuti inisiatif ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengumumkan bahwa mereka tengah merumuskan sejumlah kebijakan yang lebih progresif di bidang teknologi keuangan, dengan harapan mendorong inklusi keuangan (OJK, 2018).

Berkat dorongan pemerintah, lembaga-lembaga keuangan mulai mengadopsi berbagai inisiatif berbasis teknologi untuk mempercepat inklusi keuangan bagi orang-orang yang belum dijangkau perbankan. Salah satu inisiatif yang paling menonjol adalah layanan keuangan berbasis digital, yang diartikan sebagai serangkaian layanan keuangan yang diakses dan disampaikan melalui saluran-saluran digital seperti aktivitas pembayaran, kredit, tabungan, pengiriman remitansi, dan asuransi (Alliance for Financial Inclusion, 2016). Bank Indonesia (BI) dan OJK, selaku badan regulator teknologi finansial di Indonesia, menetapkan tiga jenis layanan tekfin: uang elektronik, layanan pinjam meminjam berbasis teknologi atau *peer-to-peer lending*, dan jasa pembayaran<sup>1</sup>. Sejalan dengan itu, tingkat kepemilikan ponsel yang tinggi membuka peluang cukup besar. Sekitar 60 juta penduduk Indonesia yang belum dijangkau

perbankan tercatat memiliki ponsel (Demirgüç-Kunt et al, 2018); hal ini membawa peluang yang amat besar untuk penetrasi layanan tekfin melalui ponsel.

Sejak 2018, tercatat sekitar 235 perusahaan teknologi di Indonesia dan sebagian besarnya fokus mendukung UMKM (AFTECH, 2018). Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH) mengakui pentingnya pasar ritel mikro terhadap inklusi keuangan, dan telah menetapkan ‘pengembangan produk-produk berkualitas untuk pasar ritel mikro’ sebagai salah satu prioritas mereka dalam Perencanaan Penunjang Inklusi Keuangan (Roadmap to Support Financial Inclusion). Selain itu, AFTECH menyadari tantangan terbesar dalam melayani para pengusaha mikro adalah sulit menjangkau mereka yang belum memiliki rekening bank, sehingga mengurus segmen ini terkesan menghabiskan biaya dan sulit diukur. Selain itu, segmen ini juga dianggap kurang menguntungkan dibandingkan segmen kelas menengah dan menengah ke atas (AFTECH, 2018).



**Tekfin:** Teknologi finansial yang diartikan sebagai penggunaan teknologi dan model-model bisnis inovatif dalam penyediaan layanan keuangan (Asosiasi FinTech Indonesia, 2016).

**Layanan Keuangan Digital:** Berbagai layanan keuangan yang diakses dan disampaikan melalui saluran-saluran digital, termasuk pembayaran, kredit, tabungan, pengiriman uang, dan asuransi. Konsep Layanan Keuangan Digital (LKD) mencakup layanan keuangan *mobile* (Asosiasi FinTech Indonesia, 2016).

**Adopsi:** Proses memilih, memroses, dan menggunakan penemuan atau inovasi terbaru (Hall and Khan, 2002).

<sup>1</sup> Uang elektronik, pemrosesan transaksi pembayaran, dan pinjaman P2P masing-masing diatur melalui Peraturan BI No. 20/6/PBI/2018, Peraturan BI No. 18/41/DKSP/2016, dan Peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016.

Kami menyadari bahwa sebagai akselerator inklusi keuangan yang menjanjikan, tekfinsangat bergantung pada infrastruktur pendukung di tiap daerah, terutama listrik dan jangkauan sinyal ponsel, yang seringkali tidak tersedia di tempat tinggal masyarakat yang tidak dijangkau perbankan.

Penelitian-penelitian terdahulu juga menggarisbawahi berbagai hambatan di luar aspek infrastruktur yang merintangi adopsi layanan tekfin di kalangan masyarakat miskin. Salah satu faktor yang paling sering disebut adalah mentalitas “uang tunai adalah segalanya.” Kenyataannya, sebagian besar individu yang tidak dijangkau perbankan merasa bahwa keseharian mereka dalam ekosistem yang mengandalkan uang tunai tidak membawa masalah yang cukup signifikan sampai mereka mau mengubah kebiasaan itu. Itu sebabnya, layanan-layanan tekfin mungkin juga perlu dirancang untuk melayani kebiasaan mereka mengandalkan uang tunai, alih-alih mengucilkan kebiasaan tersebut dan memaksakan perubahan perilaku total. (Mori & Zimmer, 2014; CGAP, 2014).

Meski demikian, sejumlah penelitian telah mengidentifikasi bahwa rekening tabungan adalah pintu masuk pengusaha mikro untuk menggunakan layanan keuangan *mobile* di Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mori dan Zimmer (2014) di Jawa, pengusaha mikro menunjukkan kebutuhan laten akan tabungan harian, diikuti oleh kebutuhan atas pinjaman mikro demi kelancaran siklus penghasilan yang tak menentu, transfer elektronik dan alat pembayaran. Faktanya, sejumlah bank dan perusahaan tekfin telah menindaklanjuti kesempatan-kesempatan tersebut dengan menawarkan sarana *mobile banking*, pinjaman mikro dan layanan-layanan pembayaran *mobile* kepada pengusaha mikro, mulai dari Jawa. Faktor-faktor apa saja yang memungkinkan para pengusaha mikro mengadopsi layanan tekfin dan seperti apakah perjalanan mereka mengadopsi layanan tersebut?

## Menggunakan *human-centered design* untuk mempelajari tekfin dari para pengadopsi awal

Fokus penelitian kami adalah mengidentifikasi berbagai kebutuhan, kendala, serta peluang yang dihadapi pengusaha

mikro kala mengadopsi dan menggunakan tiga tipe layanan keuangan digital, yakni tabungan, pinjaman mikro, dan pembayaran. Kami bekerja sama dengan tiga lembaga keuangan lokal yang merintis layanan keuangan digital untuk masyarakat yang tak terjangkau perbankan dan berpenghasilan rendah, di dalam ranah Laku Pandai (*branchless banking*), *peer-to-peer lending*, dan pembayaran *mobile*. Dari kerja sama tersebut, kami memperoleh pemahaman jernih soal produk-produk mereka dan lanskap tekfin, serta akses ke mitra pengusaha mereka untuk akhirnya menjadi responden dalam riset kami.

Dalam riset ini, kami fokus pada usaha-usaha mikro di sektor makanan, minuman, dan ritel<sup>2</sup>, karena sektor-sektor ini

**Laku Pandai:** Program perbankan tanpa kantor cabang di Indonesia yang bertujuan menyediakan layanan-layanan keuangan dasar, contohnya pembukaan rekening bank, penyetoran, penarikan, transfer uang, dll. melalui agen (MicroSave Helix Institute of Digital Finance, 2017). Laku Pandai, sebutan yang kami gunakan untuk rekening tabungan *mobile* dalam riset ini, menggunakan teknologi-teknologi yang memungkinkan setiap perangkat ponsel terhubung dengan Basic Savings Account (BSA). BSA tidak mensyaratkan saldo minimum atau batas transaksi, tidak memungut biaya administrasi bulanan untuk membuka atau menutup rekening, tapi membatasi nilai transaksi hingga Rp5 juta per bulan (OJK, 2014).

**Peer to peer lending:** Platform yang memungkinkan nasabah melakukan pinjam-meminjam dalam jumlah sangat kecil. Apabila pinjaman difasilitasi platform sebagai perantara, ada pihak ketiga yang akan menangani *credit scoring* dan proses penerbitan dan penagihan pinjaman, serta berbagi laba dengan pemberi pinjaman (Wein et al., 2017). Dalam riset ini kami fokus pada *peer-to-peer group lending*, jenis yang menerapkan strategi *group lending* dengan memanfaatkan mekanisme jaminan kelompok sebagai “pemantauan sejawat” untuk memastikan pinjaman dilunasi tepat waktu. Secara khusus, fokus kami adalah pengalaman para peminjam dalam *peer-to-peer group lending*, bukan pengalaman pemberi pinjaman

**Pembayaran *mobile*:** Pembayaran atas barang, jasa, tagihan, dan faktur, menggunakan perangkat *mobile* (contohnya telepon seluler, ponsel pintar, komunikasi jarak-dekat, asisten digital pribadi atau PDA) dari satu atau lebih sumber penyimpanan dana dengan memanfaatkan teknologi komunikasi nirkabel, jarak dekat, dan lain-lain. Perangkat *mobile* bisa digunakan di berbagai skenario pembayaran, seperti pembayaran untuk konten digital, jasa, barang, atau untuk mengakses layanan pembayaran elektronik untuk melunasi tagihan dan faktur (Dalberg, 2016).

<sup>2</sup> Perdagangan ritel, termasuk penjualan kembali barang baru dan bekas kepada khalayak umum baik untuk konsumsi atau penggunaan pribadi maupun rumah tangga, oleh toko, department store, kios, pesanan melalui pos, pedagang asongan dan penjaja keliling, koperasi konsumtif dll. Aktivitas jasa makanan dan minuman, termasuk aktivitas penyajian makanan dan minuman untuk makanan lengkap atau minuman instan, baik di restoran tradisional, swalayan maupun restoran take-away, baik kios permanen maupun temporer dengan atau tanpa tempat duduk. Klasifikasi dan definisi diambil dari International Standard Industrial Classification (ISIC) Rev. 4



memiliki frekuensi interaksi antara penjual dan pembeli tertinggi. Selain itu, kami fokus pada kegiatan usaha yang berlokasi di Jawa karena di situlah sebagian besar perusahaan tekfin di Indonesia beroperasi (Deloitte, 2015).

Pertanyaan utama penelitian yang kami ingin jawab melalui riset ini adalah: Mengapa, dan bagaimana, terlepas dari segala kendala dan hambatan perilaku, sejumlah pelaku usaha mikro mengambil langkah berani dan mulai menggunakan layanan-layanan teknologi keuangan?

Kami membagi pertanyaan penelitian ini ke dalam tiga sub pertanyaan:

- Bagaimana pengusaha mikro mengelola bisnis dan keuangan mereka? Bagaimana mereka memandang layanan-layanan tekfin dibandingkan dengan layanan-layanan keuangan formal lainnya?
- Apa saja tantangan-tantangan dan faktor-faktor pemberdaya yang dihadapi para pengusaha dalam perjalanan mereka mengadopsi layanan-layanan tekfin?
- Bagaimana layanan-layanan tekfin mengubah atau mendukung bisnis dan kehidupan sehari-hari para pengusaha mikro?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, kami menggunakan serangkaian metode dari *human-centred design*, yaitu metodologi pemecahan masalah yang mengharuskan peneliti berempati terhadap manusia yang menjadi target pengguna layanan tersebut.

Pendekatan ini bertujuan memahami kebutuhan, keinginan, titik kesulitan, dan pengalaman responden (O' Grady, 2006). Penekanan kami pada pemahaman perilaku berasal dari kesadaran bahwa meski upaya inklusi keuangan perlu dimulai di tataran pembuatan kebijakan, ia juga harus

didukung dengan pemahaman yang terang atas realita para target pengguna. supported with a clear understanding of the realities of the target users.

Berbeda dari metode kualitatif lain, pendekatan *human-centred design* bertujuan mengungkap kebutuhan-kebutuhan laten lewat kisah-kisah dan pengalaman. Tim riset melakukan wawancara mendalam untuk mengetahui alasan-alasan di balik pikiran dan tindakan responden; mengikuti dan mengamati pengguna demi memahami apa yang sebenarnya mereka lakukan (tak sekadar bergantung pada pengakuan mereka); dan menggunakan *sacrificial concepts*<sup>3</sup>, konsep uji coba dari suatu layanan atau produk, untuk memperoleh pemahaman soal norma dan kepercayaan responden.

### Our fieldwork in numbers

Tim riset mewawancarai 116 responden secara keseluruhan, 70 persen di antaranya perempuan yang menjadi nasabah dan agen layanan-layanan tekfin di lima wilayah di Jawa: Jakarta, Bekasi, Sukabumi, Ciseeng dan Banyumas.

Tingginya angka responden perempuan dibandingkan laki-laki bisa dijelaskan oleh dua faktor. Pertama, banyak responden perempuan berasal dari layanan *peer-to-peer lending* khusus perempuan yang menjadi salah satu fokus penelitian kami. Kedua, 52,9 persen pemilik usaha mikro di wilayah perkotaan adalah perempuan (International Finance Corporation, 2016), sehingga kemungkinan besar hal ini turut memengaruhi komposisi demografi responden kami.

Sebanyak 59 responden menjalankan usaha sendiri sebagai mata pencarian utama, sementara 45 responden, sebagian

<sup>3</sup> *Sacrificial concept* adalah sebuah gagasan atau solusi yang diciptakan untuk membantu memahami suatu persoalan lebih jauh; selanjutnya diterjemahkan menjadi "Konsep uji coba." Sebagai prototipe, ia tak harus layak atau memungkinkan untuk implementasi, mengingat satu-satunya tujuan ia dibuat adalah untuk memahami perilaku responden lebih dalam. Konsep uji coba yang baik mampu memantik percakapan, mendorong peserta untuk bercerita dengan lebih spesifik, dan membantu memeriksa dan menantang 2 perdagangan ritel, termasuk penjualan kembali (penjualan tanpa transformasi) barang-barang baru dan bekas terutama untuk masyarakat umum.



besar perempuan, membuka warung sebagai sumber penghasilan tambahan untuk rumah tangga mereka. Para responden kami membuka toko kecil yang menjual barang kebutuhan sehari-hari atau warung makan, ada pula yang menjual pulsa ponsel sebagai usaha sampingan.

94 dari seluruh responden kami tergolong sebagai pengadopsi awal tekfin, dan 26 di antaranya bertindak sebagai agen (yang bertugas merekrut dan mendampingi pengguna untuk mendaftar dan menggunakan layanan tekfin). 20 dari 26 agen yang menjadi responden kami berprofesi utama pengusaha (sementara 6 lainnya adalah agen yang tidak memiliki usaha sendiri tetapi punya pekerjaan lain, misalnya berprofesi sebagai guru). Kami juga mewawancarai 22 pengusaha mikro yang bukan pengguna tekfin.

Dengan memfokuskan diri pada pengguna maupun nonpengguna tekfin, kami berhasil mengamati perilaku pengelolaan keuangan dari kedua kelompok ini agar dapat mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam mengembangkan tekfin.

Selain itu, kami juga mewawancarai 30 staf yang bekerja di sejumlah perusahaan tekfin. Mereka terdiri dari pengembang produk, pegawai pemasaran, anggota tim riset dan pengembangan, serta petugas lapangan yang berinteraksi langsung dengan pengusaha mikro (yang disebutkan

terakhir jumlahnya paling banyak). Selanjutnya, temuan dan analisis riset kami divalidasi melalui tiga lokakarya (satu lokakarya untuk setiap mitra riset kami). Rangkaian lokakarya ini mengumpulkan masukan untuk memastikan apakah analisis kami berjalan sesuai rencana, dan apakah hasilnya masuk akal bagi para ahli di bidang tekfin, yang dalam hal ini adalah ketiga mitra riset kami

**Banked:** Orang-orang yang memiliki rekening bank, atau terjangkau layanan perbankan.

**Unbanked:** Orang-orang yang tidak memiliki rekening bank atau akses ke layanan perbankan. Dalam riset kami, kelompok ini termasuk nasabah lembaga keuangan mikro nonbank, baik formal maupun nonformal<sup>4</sup>

**Agent:** Pihak ketiga yang bertindak mewakili bank atau penyedia [layanan tekfin] lainnya untuk berhubungan langsung dengan nasabah. Agen biasanya berbasis di lokas-lokasi usaha ritel (seperti apotek, toko kecil, dan SPBU), yang menerima komisi untuk setiap jasa yang mereka fasilitasi, misalnya penyetoran dan penarikan uang, transfer, dan pendaftaran nasabah baru (Oliver Whyman dan Microsave, 2017).

<sup>4</sup> Termasuk dalam lembaga keuangan mikro formal adalah koperasi, pegadaian, dana desa dan institusi kredit. Contoh lembaga jenis ini yaitu: Kelompok Simpan Pinjam (KSP), sebuah koperasi; Lembaga Dana Kredit Pedesaan (LDKP), pegadaian; dan Baittul Maal wa Tamwil (BMT), lembaga keuangan mikro berdasar prinsip Islam (syariah). Lembaga non-formal, non-bank terdiri dari organisasi non-pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan keuangan mikro berdasarkan prinsip Islam (syariah) (Kikkawa and Xing, 2014).



**30**  
bekerja di perusahaan tekfin

### TENTANG RESPONDEN

**81** perempuan

**35** laki-laki

Rentang usia responded kami adalah 22-60 tahun

Semua responden memiliki ponsel atau setidaknya punya akses ke ponsel di rumah atau keluarga mereka

### INTERVIEW

**63** sesi wawancara :

**55** sesi wawancara mendalam

**8** sesi FGD

**89** jam wawancara

**14** konsep uji coba

### LOCATIONS

**28** responden di Banyumas

**20** respondent di Bekasi

**27** respondent di Bogor

**19** respondent di Jakarta

**22** responden di Sukabumi





# Mengenal Pengusaha Mikro



- Bagaimana pengusaha mikro memulai dan mengelola bisnis mereka?
- Bagaimana cara mereka mengatur keuangan?
- Mengapa beberapa pengusaha mikro masih belum terjangkau perbankan?

# Alur Perputaran Bisnis Pengusaha Mikro

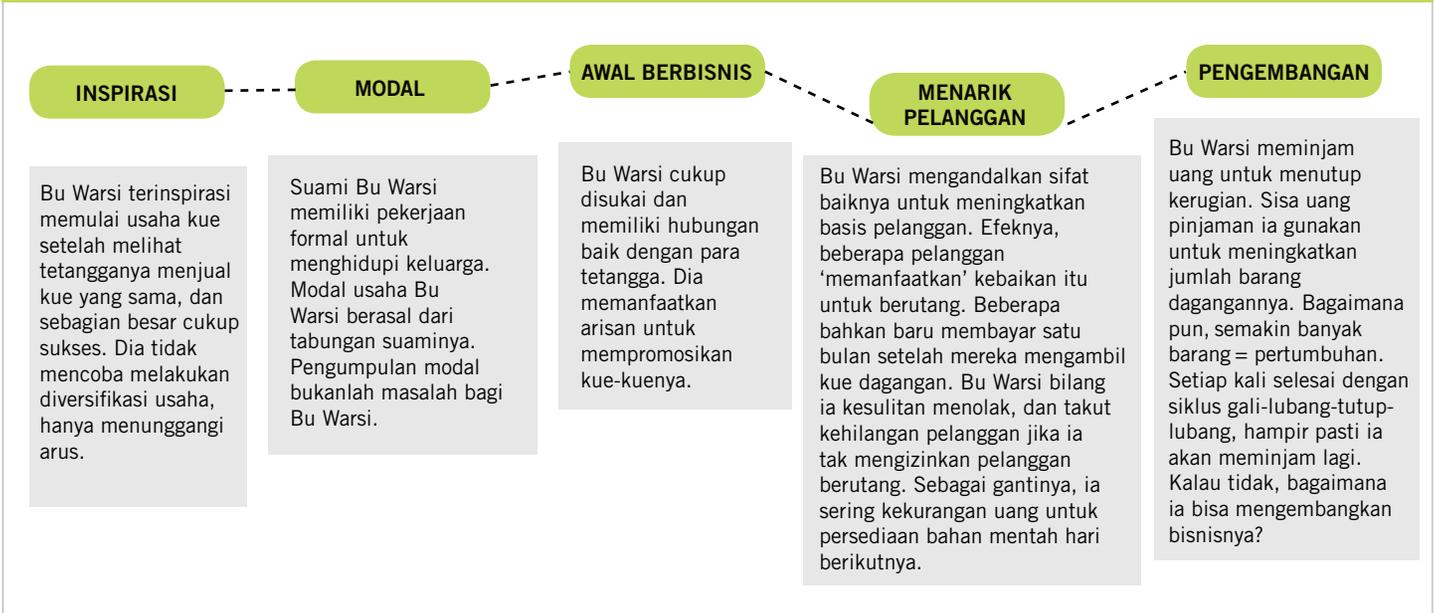
Bagaimana pengusaha mikro memulai dan mengelola bisnis mereka? Untuk menjawab pertanyaan ini, kami menggunakan siklus alur perputaran bisnis yang menggambarkan kegiatan dan tantangan yang dilalui pengusaha mikro saat menjalankan bisnis mereka.

Siklus usaha ini memberi informasi mengenai proses berpikir dan segala kegiatan yang pengusaha lalui dalam mendirikan bisnis. Mari kita simak pengalaman dua pengusaha mikro yang kami temui: Ibu Warsi (penjaja makanan) dan Pak Tono (pengelola toko kecil di rumahnya).



*"Di sini, semua orang menjual kue karena semua orang suka beli kue!"*  
 Warsi, Banyumas | 40 tahun

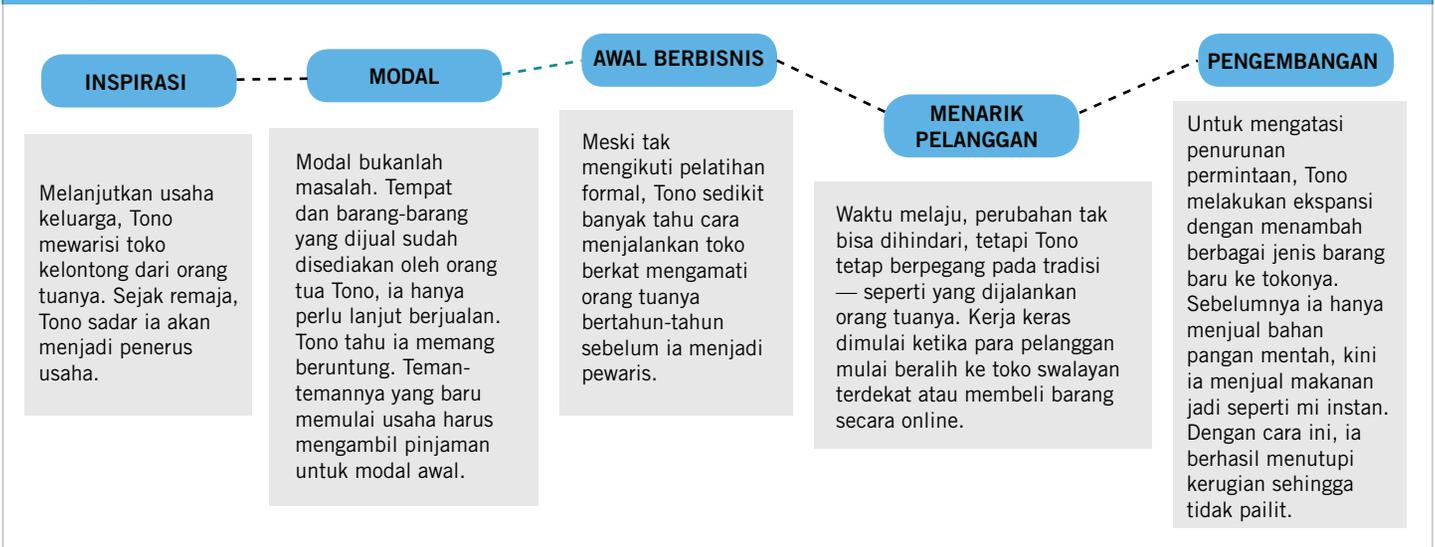
- Sumber utama kerugian adalah kesungkapan menolak pelanggan yang hendak berutang: "Ambil dulu aja, bayarnya nanti."
- Pertumbuhan dihitung dalam bentuk peningkatan omzet, bukan laba.





*"Toko saya tidak menghasilkan banyak untung, tapi saya bertahan. Mereka yang kuat akan bertahan, sementara yang lemah berantakan."*  
 Tono, Bekasi | 30 tahun

- Meyakini bahwa takdir adalah penentu utama — tujuan usahanya adalah untuk bisa bertahan, bukan untuk berkembang.
- Sering merasa kalah dengan perkembangan teknologi mutakhir.



Ibu Warsi dan Pak Tono barangkali hanya dua dari ratusan pengusaha mikro yang kami jumpai, tetapi kami menemukan fakta bahwa siklus usaha mereka juga berlaku untuk para pengusaha lain.

**Inspirasi** - Secara umum, terdapat tiga faktor yang bermain peran dalam memulai usaha, yaitu: motivasi, peluang, dan kecakapan. Motivasi dapat mencakup faktor-faktor di luar kendali individu (ekstrinsik), seperti butuh uang cepat, serta faktor dari dalam individu itu sendiri (intrinsik), misalnya kebanggaan dan dorongan untuk berkontribusi dalam keluarga. Peluang termasuk ketersediaan ruang dan waktu untuk menjalankan usaha. Terakhir, kecakapan yang dimaksud berkaitan dengan keahlian yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha. Skenario yang lazim bagi pengusaha mikro adalah mereka punya peluang dan motivasi (sebagai contoh, didorong keinginan untuk berhasil, butuh uang, serta memiliki ruang dan waktu), tetapi tidak punya kecakapan untuk memulai dan menjalankan usaha. Karena inilah mereka biasanya tidak cermat menyusun strategi bisnis yang mendatangkan keuntungan. **Dengan kata lain, mereka memulai dan mengembangkan bisnis secara organik, seringkali tanpa rencana strategis.**

**Modal** - Banyak pengusaha mikro **menggunakan uang sendiri atau meminjam dari orang-orang terdekat, seperti keluarga atau teman, untuk memulai usaha.** Setidaknya ada tiga alasan untuk ini. Pertama, jumlah modal awal relatif kecil, terutama bagi mereka yang sudah memiliki tempat usaha. Karena jumlah pinjaman tak terlalu besar, biasanya mereka bisa meminjam dari kerabat dekat dengan mudah. Kedua, pengusaha kecil seringkali takut akan risiko tak sanggup membayar. Keluarga atau teman cenderung lebih fleksibel dalam jumlah dan waktu pembayaran pinjaman. Pinjaman dengan risiko rendah lebih disukai responden kami. Terakhir, **sebagian besar responden kami percaya bahwa meminjam dari bank bukanlah pilihan yang mudah dijangkau.** Mereka kesulitan menyanggupi syarat dan proses dalam melakukan pinjaman, serta konsekuensi yang harus dihadapi jika tak sanggup membayar pinjaman.

**Awal berbisnis** - Bagi beberapa pengusaha mikro, **awal berbisnis mungkin adalah fase yang paling emosional.** Kegembiraan, kegelisahan, dan rasa malu karena tidak menjual cukup banyak adalah perasaan umum yang diceritakan para responden. Kebanyakan pengusaha mikro cenderung belajar sembari praktik, bukan dengan persiapan yang memadai. Sumber inspirasi umumnya berasal dari anggota keluarga atau kerabat yang juga menjalani bisnis, atau hanya mengandalkan pengamatan pribadi terhadap lingkungan sekitar. Ini termasuk mengamati harga pasar dari pengusaha sejenis, menanyakan kepada pelanggan tentang kebutuhan mereka, dan belajar dari rekan yang lebih berpengalaman. Akibatnya, **saat memulai bisnis, banyak terjadi trial and error** — rentang kesalahannya mulai dari kegagalan menjaring pelanggan baru hingga salah memutuskan jenis usaha yang hendak dimulai.



**Menarik pelanggan:** - Untuk menarik pelanggan, pengusaha mikro hanya terbatas pada strategi sosial. Untuk menarik pelanggan, pengusaha mikro mengandalkan keramahan dan kemampuan menanggapi permintaan pelanggan ketimbang mengedepankan kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan. Sebagai akibatnya, mereka sering memilih rugi demi mempertahankan pelanggan tetap, biasanya karena pelanggan tersebut berhutang. Dalam banyak kasus, pedagang mikro merasa malu atau ragu untuk menagih hutang ke pelanggan karena takut akan merusak hubungan baik yang telah terbangun. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian yang lebih besar bagi pengusaha mikro, terutama karena mereka menilai “sukses” dari jumlah barang yang mereka jual, bukan dari jumlah uang yang dihasilkan. Keterbatasan jaringan sosial tidak membuat pengusaha mikro ingin mencoba dan mengakses pelanggan yang lebih luas. Karena itulah, sangat penting bagi pengusaha mikro untuk mempertahankan pelanggan tetap.

**Ekspansi** - Pengetahuan bisnis yang terbatas membuat sebagian besar pengusaha mikro tidak akrab dengan konsep laba sebagai parameter pertumbuhan. **Ketika ditanya bagaimana mereka mendefinisikan pertumbuhan, responden kami menjawab bahwa pertumbuhan sama dengan menjual barang lebih banyak, meski biaya usaha juga meningkat.** Banyak yang tidak melakukan administrasi keuangan untuk usaha mereka, misalnya, menghitung laba rugi atau mengelola catatan piutang, karena mereka merasa itu terlalu merepotkan.





## Perputaran Uang Pengusaha Mikro

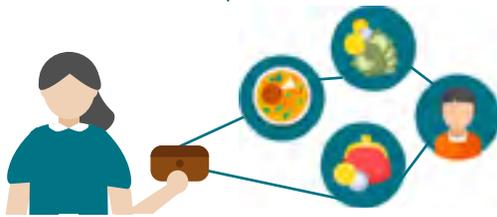
Sekalipun jenis usaha dan cara mereka berbisnis begitu beragam, kami berhasil menemukan pola pengusaha mikro saat mengelola keuangan. Tidak seperti laju perputaran bisnis, manajemen keuangan mereka — atau perputaran uang — memiliki kerangka waktu yang jauh lebih singkat. Secara umum kami mendapati rencana usaha mereka adalah untuk jangka pendek. Ini tercermin dalam cara mereka membelanjakan dan memperoleh uang. Perputaran uang mereka terentang mulai dari harian, mingguan, bulanan, dan jangka panjang (kebanyakan tahunan). Pendapatan pengusaha mikro tidak tentu. Kebanyakan dari mereka bekerja setiap hari selama seminggu untuk mencukupi kebutuhan finansial mereka.

Mereka terbiasa hidup dalam kondisi keuangan yang terbatas, artinya uang yang dihasilkan akan segera dihabiskan untuk kebutuhan pribadi, mengelola usaha, atau mengurus keluarga mereka. Satu-satunya rencana keuangan jangka panjang yang mereka buat berkaitan dengan acara-acara besar seperti hari besar keagamaan atau pernikahan, yang mengharuskan mereka memiliki penghasilan tambahan. Sesekali, mereka harus menghadapi persoalan mendesak yang mengganggu keuangan mereka, misalnya sakit mendadak, kematian anggota keluarga, pencurian, atau bencana alam.

## HARIAN

Pengusaha mikro memiliki kebiasaan *“nyisihin”* (menyisihkan). Mereka mengalokasikan penghasilan harian ke pos-pos pengeluaran yang berbeda dengan porsi yang lebih kecil untuk pengeluaran mingguan atau bulanan.

*“Dompetku punya empat sekat. Aku menyimpan seluruh uangku di sana, setiap sekat memiliki fungsi berbeda-beda. Satu sekat untuk membeli makan, sekat lain untuk jajan anak, yang lainnya untuk mengumpulkan uang buat membayar pinjaman mingguan, dan sekat terakhir untuk cadangan kalau-kalau ada pengeluaran tak terduga.”*



Pendapatan	Pengeluaran
Pendapatan usaha pada hari itu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Makanan untuk keluarga</li> <li>Persediaan bahan untuk penjualan besok</li> <li>Uang jajan anak</li> <li>Porsi kecil dari pendapatan harian, disisihkan untuk pengeluaran mingguan atau bulanan</li> </ul>

Touchpoint Keuangan Saat Ini	Peluang tekfin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Transaksi tunai dalam menerima penghasilan dan melakukan pembayaran</li> <li>Penyimpanan sementara di celengan dan dompet</li> <li>Tabungan harian dalam kelompok (arisan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rekening tabungan digital untuk menyimpan dan mentransfer uang dalam jumlah kecil</li> <li>Pembayaran digital untuk menerima pembayaran dari pelanggan</li> </ul>

## MINGGUAN

Pengusaha mikro menyisihkan pendapatan harian untuk membayar pengeluaran mingguan, misalnya untuk membayar tagihan utang atau untuk mengumpulkan persediaan bahan, dan terutama para perempuan, membayar tabungan kolektif mingguan seperti arisan.

*“Sekali dalam sepekan, setelah menyisihkan cukup uang, saya pergi ke pemasok dan membeli barang-barang mahal untuk warung saya, seperti beras, gula, dan minyak goreng.”*



Pendapatan	Pengeluaran
<ul style="list-style-type: none"> <li>Akumulasi tabungan dari praktik <i>‘nyisihin’</i> setiap hari</li> <li>Gaji mingguan suami, terutama perempuan-perempuan pengusaha yang suaminya bekerja di bidang konstruksi atau pabrik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelunasan pinjaman</li> <li>Belanja mingguan untuk barang-barang yang tahan lama</li> <li>Pengisian listrik bagi pengguna sistem Prabayar</li> <li>Pengisian pulsa ponsel</li> <li>Tabungan kolektif (arisan)</li> </ul>

Touchpoint Keuangan Saat Ini	Peluang tekfin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Menabung dengan sistem kolektif/komunitas</li> <li>Penyedia barang-barang yang tak mudah rusak</li> <li>Agen <i>peer-to-peer</i> lending dengan pembayaran mingguan</li> <li>Pengisian token listrik Prabayar</li> <li>Pengisian pulsa ponsel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplikasi rekening tabungan di ponsel untuk menyimpan, mentransfer, dan menambah token listrik atau pulsa ponsel</li> <li>Kredit mikro dengan skema pembayaran mingguan</li> <li>Sistem pembayaran digital untuk para pemasok produk-produk konsumsi yang dapat terjual secara cepat (Fast Moving Consumer Goods)</li> </ul>

## BULANAN

Selain membayar tagihan bulanan rutin seperti air dan listrik, karakteristik yang menonjol dari aktivitas keuangan bulanan pengusaha mikro adalah tingkat formalitasnya. Setengah dari responden kami memiliki rekening bank dan menggunakannya setiap bulan untuk mentransfer dana ke kerabat yang tinggal di luar kota dan sebagian responden menggunakannya untuk membayar hipotek. Responden sisanya meminta tolong kepada kerabat yang memiliki rekening bank untuk transaksi-transaksi tersebut.



*“Pengeluaran bulanan itu mahal! Ada tagihan air dan listrik, juga kirim uang buat orang tua di kampung.”*

Pendapatan	Pengeluaran
<ul style="list-style-type: none"> <li>Akumulasi tabungan dari <i>nyisihin</i> per hari dialokasikan untuk pengeluaran bulanan</li> <li>Sisa penghasilan yang belum dialokasikan pada bulan ini</li> <li>Gaji bulanan suami bagi pengusaha perempuan yang suaminya memiliki pekerjaan formal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tagihan listrik/air bagi yang menggunakan sistem pascabayar</li> <li>Sewa toko atau rumah</li> <li>Pembayaran kredit motor, televisi, dll.</li> <li>Biaya pendidikan anak</li> <li>Grup tabungan kolektif bulanan (arisan)</li> </ul>

Touchpoint Keuangan Saat Ini	Peluang tekfin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mekanisme tabungan kolektif (arisan)</li> <li>Pembayaran tagihan listrik dan air</li> <li>Pembayaran kredit motor dan televisi melalui rekening bank</li> <li>Transfer uang melalui rekening bank pribadi untuk kerabat di luar kota</li> <li>Transfer uang melalui rekening bank teman untuk kerabat di luar kota</li> <li>Pembayaran sewa rumah atau toko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplikasi rekening bank di ponsel untuk menabung, mentransfer, membayar kredit, membayar tagihan listrik dan air bulanan</li> <li>Pinjaman mikro perorangan</li> </ul>

## JANGKA PANJANG

Istilah ‘jangka panjang’ bagi para pengusaha mikro biasanya berarti satu tahun. Rencana jangka panjang mereka seringkali berdasarkan acara tertentu, misalnya menabung untuk mudik selama Hari Raya Idul Fitri atau acara pernikahan keluarga, dan amat sangat bergantung pada arisan mingguan atau bulanan yang cair setiap enam hingga dua belas bulan.



*“Tanpa arisan, saya mustahil bisa berkumpul bersama keluarga di kampung saat Idul Fitri!”*

Pendapatan	Pengeluaran
<ul style="list-style-type: none"> <li>Setiap kelebihan setelah semua pengeluaran dibayarkan</li> <li>Dana arisan yang cair</li> <li>Pinjaman baru, dari teman maupun institusi keuangan mikro, jika ada kesempatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hari raya keagamaan</li> <li>Mudik (pulang kampung)</li> <li>Ada keluarga yang menikah</li> <li>Kebutuhan tahunan sekolah anak seperti seragam baru, buku-buku pelajaran, dan alat tulis</li> </ul>

Touchpoint Keuangan Saat Ini	Peluang tekfin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tabungan dalam kelompok (arisan)</li> <li>Penyedia pinjaman, formal maupun non-formal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplikasi rekening bank di ponsel dengan fitur setoran mikro</li> <li>Pinjaman mikro perorangan</li> </ul>

Perputaran uang menunjukkan bahwa keuangan adalah bentuk kegiatan sosial bagi pengusaha mikro, seperti lazimnya masyarakat berpenghasilan rendah. Mereka cenderung menabung lewat mekanisme kelompok, seperti membentuk arisan dengan teman atau kerabat yang mereka percaya. Aspek sosial juga berperan sebagai ‘peringat’ untuk menabung. Untuk mengatasi kebutuhan yang mendesak, seperti saat sanak keluarga jatuh sakit atau meninggal dunia, pedagang mikro membentuk mekanisme jaminan sosial, misalnya melalui sumbangan atau pinjaman kerabat.

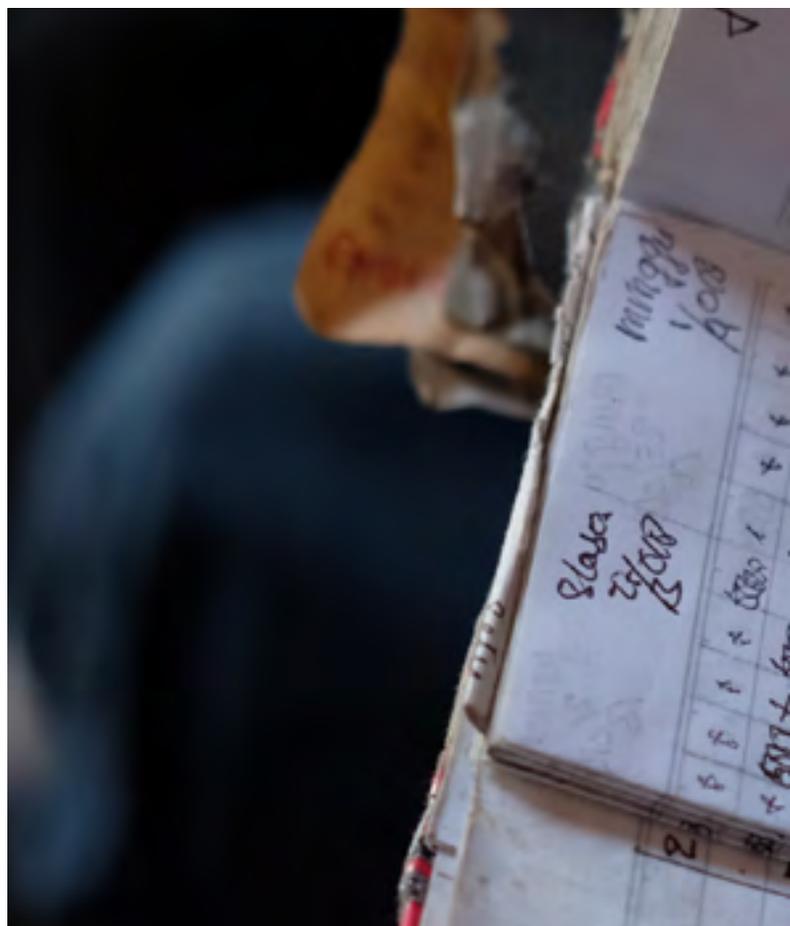
Banyak perusahaan tekfin mencatat aspek sosial ini dan kini mereka menggunakan sistem agen yang bekerja sama dengan tokoh-tokoh lokal di komunitas sasaran. Hal ini akan kita diskusikan pada bab selanjutnya.

## Mengapa pedagang mikro tidak dapat mengakses layanan keuangan formal?

Saat mempelajari kegiatan bisnis pengusaha mikro dan perputaran uang mereka, kami mengidentifikasi setidaknya tiga hambatan mental di kalangan pengusaha mikro yang merintangikan pengadopsian layanan keuangan formal serta layanan yang difasilitasi tekfin.

Pertama, anggapan **bahwa tak ada salahnya menggunakan uang tunai**. Kebanyakan pengusaha mikro yang kami wawancarai menabung dalam bentuk tunai di rumah sebab merasa hal itu lebih mudah dan praktis. Memiliki uang tunai berarti mereka bisa segera menggunakan uang itu untuk keperluan usaha atau pribadi, penyebabnya tentu karena transaksi antara pelanggan dan pemasok masih dilakukan dalam bentuk tunai. Bagi mereka, manfaat menyimpan maupun menarik uang dari rekening bank tidak sebanding dengan kerumitannya.

Kedua, **pengusaha mikro sering membuat perencanaan jangka pendek dengan pandangan bahwa layanan keuangan hanya untuk jangka panjang**. Pengusaha mikro membedakan ‘menabung’ dan ‘nyisihin’ — kebiasaan mereka merealokasikan penghasilan harian ke pos pengeluaran harian, dan porsi lebih kecil dialokasikan untuk pengeluaran mingguan atau bulanan. Bagi mereka, rekening tabungan hanya digunakan untuk menyimpan sejumlah uang secara permanen yang seharusnya tidak

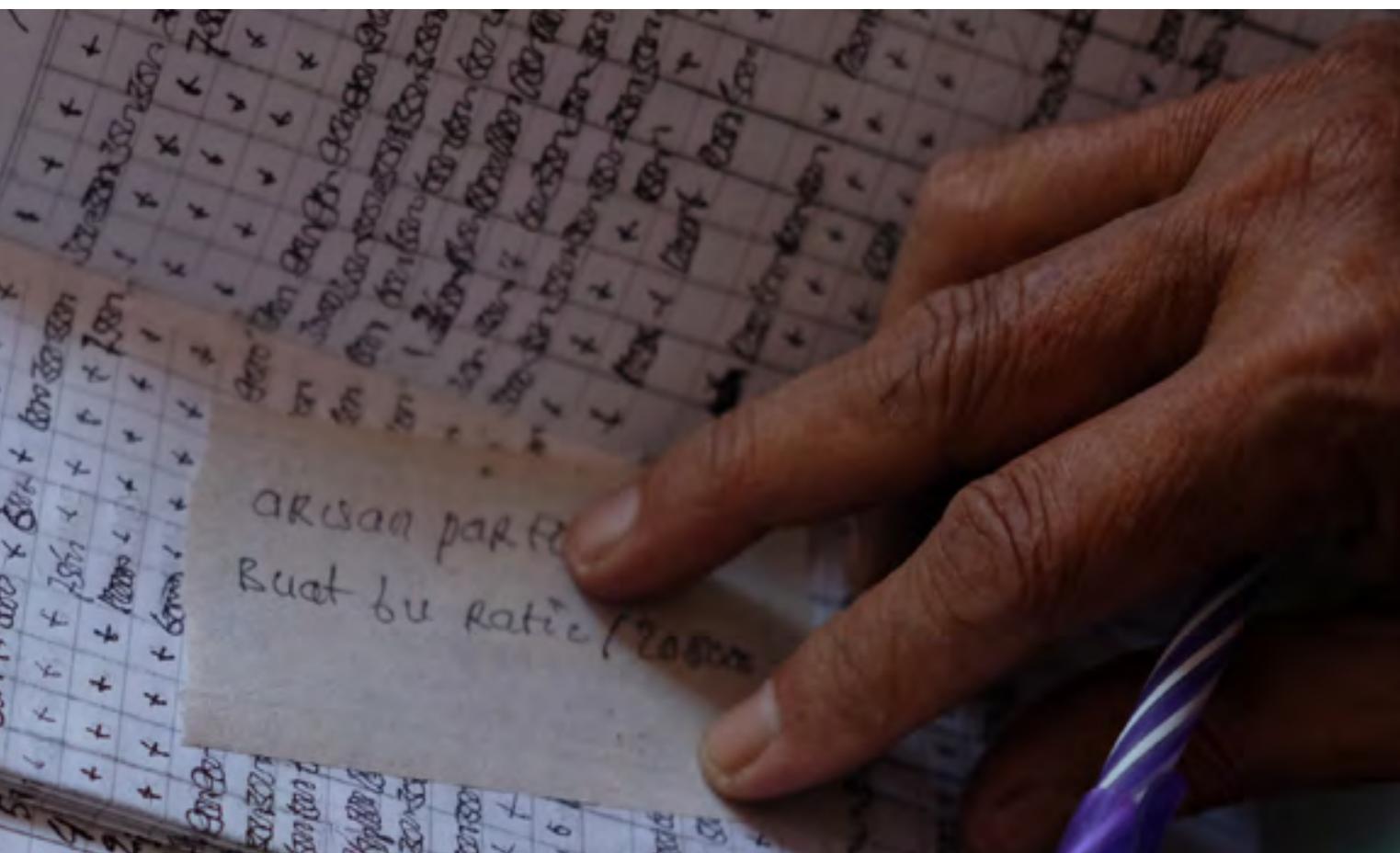


digunakan untuk membayar tagihan skala kecil. Mereka juga beranggapan menyetor uang ke rekening bank hanya bisa dalam jumlah besar, bukan beberapa ribu rupiah yang mereka sisihkan untuk keperluan jangka panjang. Sekalipun mereka menyadari pentingnya memiliki rekening bank, mereka merasa hal itu bukan untuk keperluan sehari-hari.

Bahkan pengusaha mikro biasanya membuka rekening bank hanya jika benar-benar memerlukan pelayanannya, misalnya untuk mentransfer uang ke orang tua mereka di kampung. Mereka memakai rekening bank bukan untuk mengelola keuangan, tetapi untuk memenuhi kebutuhan mereka yang tak bisa dilakukan dengan cara lain.

Ketiga, **kepemilikan ponsel begitu tinggi tetapi pengusaha mikro merasa tak nyaman menggunakan teknologi baru**. Global Findex 2017 memperkirakan 60 juta orang Indonesia yang tak dijangkau perbankan memiliki ponsel.

Sebagian besar pengusaha mikro yang kami temui memang memiliki ponsel — pengguna *smartphone* kurang lebih sama banyaknya dengan pengguna *feature phone* biasa —



atau setidaknya salah satu dari anggota keluarga mereka memiliki ponsel.

Namun, berbeda dengan kelas menengah perkotaan, mereka tak menganggap ponsel sebagai barang yang sangat pribadi atau menggunakannya sebagai sarana untuk menjaga hubungan sosial. Selain pengusaha mikro yang memang memiliki jiwa kewirausahaan, kebanyakan hanya menggunakan ponsel untuk kebutuhan dasar seperti mengirim pesan singkat atau melakukan panggilan telepon di saat genting. Hanya beberapa orang yang kami temui yang menggunakan media sosial dan sebagian besar dari mereka saling pinjam ponsel dengan anggota keluarga lain.

Sebagai bagian dari metode penelitian kami, kami menunjukkan berbagai macam konsep uji coba (*sacrificial concept*) tekfin untuk mengukur seberapa terbuka para pengusaha mikro dengan layanan tekfin dan langkah-langkah yang mereka ambil untuk memutuskan apakah layanan tersebut bermanfaat atau tidak bagi mereka. Konsep uji coba ini menyediakan beragam layanan yang berkisar mulai dari aplikasi untuk mencatat utang pelanggan hingga

mekanisme pinjaman kelompok secara online, kami memandu dan memperkenalkan langkah-langkah penggunaannya secara visual.

Saat kami menampilkan perumpamaan layanan-layanan ini, kami menyadari beberapa pengusaha mikro kelihatan tak nyaman dan kewalahan mengadaptasi teknologi baru.

Mereka mengakui bahwa fitur yang kami perkenalkan mungkin bisa membantu mengelola uang dan usaha mereka, tetapi mereka menganggap proses untuk mengenal fitur-fitur tersebut memakan waktu dan tenaga. Beberapa pedagang mikro mengaku tidak terlalu sering menggunakan ponsel; yang lainnya berkata bahwa langkah-langkah untuk mengoperasikan aplikasi itu terlalu banyak sehingga mereka kesulitan memahaminya. Secara umum, meski memiliki dan menggunakan ponsel, pengusaha mikro merasa ada batasan diri dalam kemampuan mereka menggunakan ponsel dengan cara-cara yang sebelumnya tidak mereka pahami.



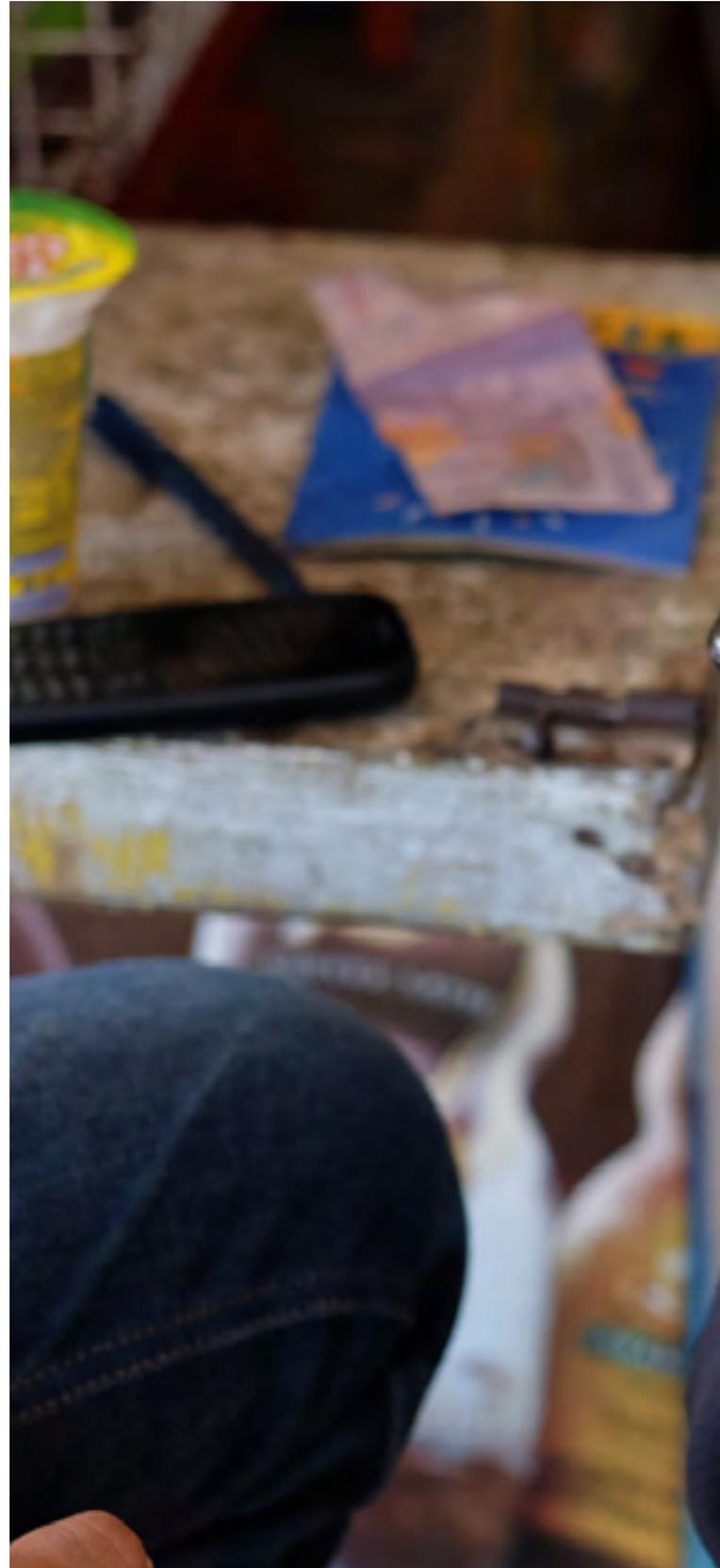


# Adopsi Tekfin: Perjalanan Pengguna dan Faktor Pemberdaya



Apa saja yang memungkinkan pengusaha mikro mengadopsi layanan tekfin?

Mengingat berbagai hambatan mental yang diuraikan dalam bab sebelumnya, bagaimana kita bisa memahami pengalaman pengusaha mikro dalam mengadopsi layanan tekfin? Dengan memfokuskan riset kami pada para pengadopsi awal produk-produk dan layanan tekfin — rekening tabungan *mobile*, pembayaran digital, dan *peer-to-peer group lending* — kami berhasil menyusun potongan-potongan **pengalaman pelaku usaha mikro dalam mengadopsi layanan tekfin**. Selain itu, kami memetakan perjalanan pengguna ketika mengadopsi tekfin, tak hanya berdasarkan hal-hal yang dilakukan dan diperlukan, tetapi juga proses berpikir, faktor-faktor yang memengaruhi, dan perasaan-perasaan yang timbul.





**LIHAT PERJALANAN PENGGUNA**

	STARTING POINT	PAPARAN	Pengambilan Keputusan
Pemikiran	<p>"Setiap hari saya menyisihkan sedikit pemasukan saya ke dalam kaleng soda ini, buat bayar tagihan listrik di akhir bulan. Begini lebih gampang daripada bikin rekening bank."</p>	<p>"Tetangga saya menunjukkan rekening tabungan mobile yang baru saja dia buka. Kelihatannya menarik."</p>	<p>"Saya bergabung dengan layanan peer-to-peer lending ngikutin tetangga saya. Di sini, semua orang mengambil pinjaman."</p>
Aktivitas	 <p>Pengusaha mikro menggunakan barang-barang di rumah, seperti buku atau botol bekas, sebagai tempat mereka menyisihkan sebagian pemasukan mereka.</p>  <p>Pengusaha mikro akan meminjam uang dari teman atau keluarga saat mereka butuh uang tambahan.</p>  <p>Pengusaha mikro yang tak dijangkau perbankan akan meminta tolong teman atau keluarga untuk mentransfer uang kepada kerabat mereka yang tinggal di luar kota.</p>	 <p>Teman, keluarga, atau tetangga mengenalkan layanan keuangan digital kepada pengusaha mikro. Terkadang mereka tidak sengaja menemukan informasi tentang layanan melalui brosur atau spanduk di sekitar tempat tinggal mereka.</p>	 <p>Meminta orang-orang terpercaya menjelaskan soal layanan dan persyaratan administratif, serta membandingkan layanan ini dengan pilihan-pilihan lain.</p>
Pihak-pihak Berpengaruh		Tetangga dan relasi terpercaya, keluarga	Tetangga dan relasi terpercaya, agen, petugas layanan pinjaman, petugas sales, keluarga
Titik Kesulitan		<p>"Saya tidak sepenuhnya memahami manfaat layanan itu, penjelasan agen tidak begitu jelas."</p>	<p>"Kalau saya ikutan layanan ini, saya masih belum yakin fitur-fitur ini sesuai dengan kebutuhan saya."</p> <p>"Agen saya sudah sering mengenalkan layanan ini ke saya. Saya sungkan menolaknya, dan saya rasa nggak ada ruginya kalau saya ikutan."</p>
Perasaan		 <p>Penasaran</p> <p>Kewalahan dengan informasi yang diterima</p> <p>Sungkan menolak kawan</p> <p>Penasaran</p>	
Skenario Terhentinya Perjalanan		Jika produk dan layanan tekfin dikenalkan oleh orang-orang yang tidak dipercaya	<p>1) Jika mereka menganggap produk-produk dan layanan tekfin rumit dan tidak relevan dengan kebutuhan mereka</p> <p>2) Jika produk atau layanan tekfin berasal dari merek yang tidak dikenal</p>

**Pendaftaran**      **Penggunaan**      **Retensi**

*"Mendaftar itu gampang, saya tinggal memberi KTP saya kepada agen, dan dia yang akan melengkapi formulir registrasinya."*

*"Saya sudah mendaftar tetapi masih tidak paham bagaimana menggunakan app-nya. Untung agen bisa mewakili saya menggunakan layanan ini!"*

*"Kalau agen saya nggak ngingetin untuk pakai layanan ini, saya mungkin sudah lupa cara menggunakan layanannya!"*



Meminta agen untuk mewakili mereka dalam melakukan transaksi dan terus menggunakan layanan jika agen menuruti permintaan tersebut.



Mampu secara mandiri menggunakan produk-produk dan layanan tekfin setelah diajarkan agen.



Terus menggunakan produk-produk tekfin karena rutin diingatkan agen.



Mencoba fitur-fitur pada produk dan layanan tekfin ketika dikenalkan agen.

Memberi KTP dan pas foto kepada agen dan mengisi formulir registrasi.

Terkadang agen perlu memeriksa kompatibilitas ponsel milik calon pengguna dengan layanan.

Meminta agen menunjukkan mereka tahap demi tahap cara menggunakan layanan tekfin, atau meminta agen untuk mewakili mereka dalam melakukan transaksi.

Agen, keluarga, teman-teman, sesama pengguna, dan pelanggan pembayaran digital

Agen

Agen, sesama pengguna tekfin

*"Saya sudah coba mendaftar, tapi KTP saya tidak diterima. Sistemnya tidak bisa memproses KTP saya, dan agennya tidak mengetahui solusinya."*

*"Saya sudah mendaftar rekening tabungan mobile, tapi saya tetap tidak tahu cara menggunakannya. Untung agen saya baik, jadi dia yang membantu saya melakukan transaksi. Terkadang, kalau saya buru-buru, saya tinggal menitipkan uang ke agen saya, jadi dia yang menyetorkan uangnya."*

*"Saya berhenti menggunakan layanan-layanan ini saat agen saya berhenti kerja."*

*"Saya mendaftar layanan pembayaran digital karena agennya bilang banyak pelanggan yang bakal pakai. Tapi sejauh ini hanya segelintir pelanggan saya yang meminta untuk memakainya."*

Terbantu

Terbantu

Bingung

Cemas

Nyaman menggunakan Layanan Keuangan Digital, tetapi hanya sebagai pelengkap uang tunai

- 1) Jika agen tidak menyelesaikan proses pendaftaran
- 2) Jika agen tidak menindaklanjuti proses tambahan yang diperlukan

Jika agen tidak dapat menuntun nasabah ketika mereka mulai menggunakan produk dan layanan tekfin

- 1) Jika transaksi gagal dan agen tidak punya solusinya
- 2) Jika agen berhenti kerja
- 3) Jika tidak banyak orang lain yang juga menggunakan produk dan layanan tekfin



Sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya, perjalanan pengguna bermula dari pemahaman umum pengusaha mikro bahwa jasa keuangan formal tidak dapat dijangkau. Meskipun ada kebutuhan laten terhadap layanan keuangan, tidak semua pengusaha mikro secara aktif mencari layanan-layanan ini. Biasanya, pengenalan awal mereka dengan tekfin terjadi melalui interaksi dengan tetangga, keluarga, atau teman yang merupakan pengguna tekfin atau agen. Yang kami maksud “agen” adalah mereka yang berperan sebagai penghubung antara penyedia tekfin dengan calon pengguna yang umumnya bertugas untuk merekrut nasabah; sebutan lain untuk agen adalah petugas lapangan atau anggota staf. Sebagian agen ini seringkali juga seorang pengusaha mikro. Oleh sebab itu, **eksposur** biasanya difasilitasi oleh orang-orang yang sudah dikenal dan dipercaya oleh pengusaha mikro (meski kami juga menemukan sejumlah kasus di mana pengguna pertama kali mengetahui layanan tekfin dari spanduk atau kantor cabang setempat). Media, seperti televisi atau radio, tampaknya tidak berperan banyak dalam mengenalkan layanan tekfin kepada pengusaha mikro.

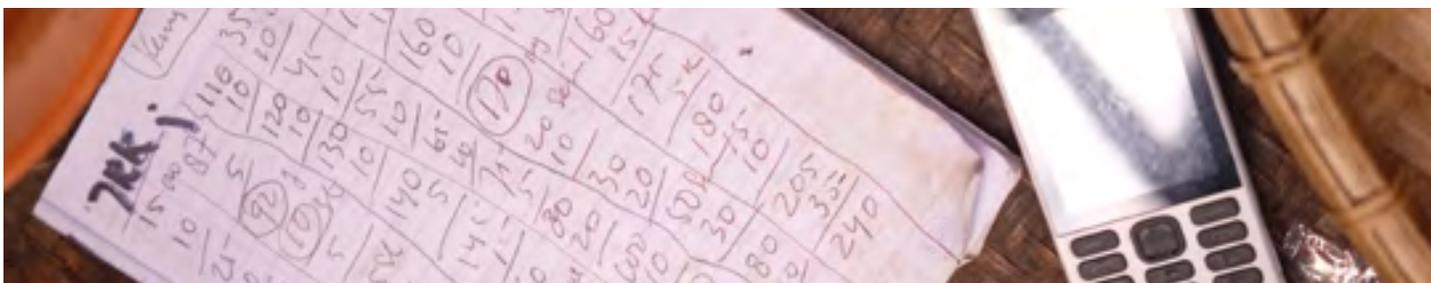
Begitu pengusaha mikro mulai tertarik dengan tekfin, langkah krusial selanjutnya, yang menentukan apakah mereka akan **memutuskan** untuk mendaftar, adalah memahami cakupan layanan dan, yang terpenting, apa saja manfaat layanan tersebut bagi mereka. Jika agen hanya menjelaskan fitur suatu produk tanpa menghubungkannya dengan contoh-contoh kasus yang relevan bagi pengusaha mikro, kemungkinan besar calon pengguna menganggap layanan tekfin terlalu rumit dan mungkin memutuskan tidak akan menggunakannya. Akan tetapi, jika pengusaha mikro menemukan suatu contoh kasus yang sesuai dengan apa

yang biasa mereka alami, mereka lantas membandingkan syarat dan ketentuan layanan atau produk tekfin dengan layanan yang tersedia untuk mereka saat ini. Pengusaha mikro cenderung mendaftar jika mereka memandang produk dan layanan Fintech lebih mudah digunakan dan lebih murah daripada kebiasaan mereka saat ini. Meski demikian, banyak pengguna juga mengakui bahwa satu-satunya alasan mereka mendaftar adalah kesungkapan untuk menolak temannya yang seorang agen, padahal mereka merasa layanan tekfin tidak akan jauh lebih bermanfaat dari kebiasaan mereka saat ini. Dengan kata lain, selama layanan tekfin bukan alternatif yang lebih buruk, pengusaha mikro bersedia mendaftar untuk membantu temannya.

Bagi pengguna, **proses registrasi biasanya tak menemui kendala berarti, terutama jika dibantu agen**. Secara umum calon pengguna diminta untuk menyerahkan dokumen tertentu, contohnya KTP, dan agen biasanya mendukung penuh selama mereka melakukan proses registrasi. Misalnya, banyak agen yang mendampingi pengguna untuk memenuhi persyaratan registrasi dengan memeriksa kompatibilitas ponsel, mengisi formulir, atau membantu mereka membuat akun surel. Jika agen gagal memfasilitasi proses registrasi, calon pengguna kemungkinan besar akan menarik diri.

Perjalanan pengguna sejauh ini memperlihatkan bahwa adopsi tekfin sangat bergantung pada kualitas interaksi antara agen dan calon pengguna. Inilah yang terjadi saat pengguna mulai **menggunakan** layanan tekfin setelah registrasi. Agen umumnya membimbing pengguna baru agar bisa menggunakan layanan tekfin langsung setelah registrasi, tapi seringkali mereka terus menuntun pengguna setelah registrasi dan secara aktif mengingatkan mereka untuk terus menggunakan layanan tekfin, termasuk melalui interaksi tatap muka.

Titik yang paling rentan dalam perjalanan adopsi adalah fase pasca registrasi. Riset kami menemukan bahwa masalahnya bukan pada tahap pendaftaran, melainkan dalam **mempertahankan (retensi)** pengguna. Pengusaha mikro yang menyadari bahwa produk tekfin telah membantu mengembangkan bisnis mereka akan terus menggunakan tekfin dan sebagian di antaranya bahkan mempromosikan produk tekfin secara aktif. Sebaliknya, pengusaha mikro yang tidak merasakan dampak langsung dari penggunaan tekfin, baik dalam tataran personal maupun bisnis, kemungkinan besar rekeningnya akan terbengkalai.



## Mengapa banyak rekening tekfin terbengkalai?

Pertama, jika **agen berhenti menuntun pengguna**. Banyak pengguna, terutama yang berusia lanjut dan tinggal di daerah-daerah terpencil, seringkali merasa tidak yakin melakukan transaksi tanpa bantuan agen mereka.

Kedua, jika pengguna tidak dapat menggunakan produk atau layanan tekfin secara mandiri, ia cenderung tidak akan melanjutkan penggunaannya ketika menemui masalah dan **agen tidak dapat memberi solusi**. Termasuk ketika ada kasus agen tidak dapat menjalankan layanan karena masalah likuiditas karena saldo rekening tidak cukup untuk melakukan transaksi.

Ketiga, temuan **kami menunjukkan bahwa kepercayaan pada agen tidak dapat dipindahkan**. Banyak pengguna bercerita, mereka berhenti menggunakan layanan tekfin ketika agen yang mendaftarkan mereka berhenti bekerja, meski mereka mungkin tahu ada agen-agen lain di daerah itu.

Keempat, **efek jejaring berperan penting dalam adopsi tekfin**. Pengguna akan kurang terdorong untuk menggunakan rekening mereka kalau tidak banyak orang di lingkaran sosial mereka yang juga menggunakan produk dan layanan tekfin yang sama. Pengguna rekening tabungan *mobile* enggan menggunakan rekening mereka untuk mentransfer dana jika kerabat mereka menggunakan bank yang berbeda, karena ini akan menimbulkan biaya-biaya administratif atau biaya transfer antar bank. Di sisi lain, penjual makanan di gerai-gerai pujasera akan lebih aktif menggunakan layanan *mobile payment* jika rekan-rekan penjual – dan pesaing mereka – juga menggunakan layanan yang sama, karena mereka berisiko kehilangan pelanggan jika mereka tidak mengakomodasi pembayaran *mobile*.

Terakhir, sebagian besar rekening tekfin lama tidak digunakan karena **ia tadinya menjadi pelengkap uang tunai, bukan penggantinya**. Bagi banyak pengusaha mikro, uang tunai berarti uang yang bisa digunakan untuk keperluan bisnis atau pun hidup mereka. Menurut mereka, uang digital tidak mudah diakses sementara sehari-hari mereka bertransaksi dengan pelanggan dan pemasok menggunakan uang tunai. Selain itu, menarik uang tunai dari rekening digital dipandang tidak praktis.

## Empat Faktor Pemberdaya untuk Pengadopsian Tekfin

Sepanjang riset, kami mengidentifikasi serangkaian faktor pemberdaya yang telah membantu pengusaha mikro mengatasi hambatan-hambatan mental dan mulai menggunakan produk dan layanan tekfin.

Dua faktor pemberdaya pertama cukup logis dan mampu menyelesaikan hambatan-hambatan “rasional.” Menyoal

**aksesibilitas**, salah satu rintangan utama dalam mengakses layanan-layanan keuangan formal adalah jarak antara tempat tinggal masyarakat yang tak terjangkau layanan perbankan dengan lokasi bank atau lembaga keuangan mikro. Jam kerja layanan keuangan formal juga bertabrakan dengan jam operasional usaha mikro. Faktor-faktor yang memungkinkan lebih banyak pengusaha mikro memanfaatkan layanan tekfin adalah: mempunyai agen yang tinggal berdekatan, terutama yang jaraknya dapat ditempuh dengan berjalan kaki; dan mempunyai agen teknis yang bersedia untuk meladeni transaksi di luar jam kerja.



Masyarakat yang tidak terjangkau layanan perbankan menganggap layanan keuangan formal mahal, baik dari segi transaksi, biaya administratif, maupun bunga pinjaman. Tiga layanan tekfin yang menjadi fokus kami dalam penelitian ini – rekening tabungan *mobile*, pembayaran *mobile*, dan *peer-to-peer group lending* – menawarkan biaya transaksi yang lebih murah atau ketentuan pelunasan *peer-to-peer group lending* yang lebih fleksibel; itu sebabnya ketiga layanan tersebut dianggap **terjangkau** oleh pengusaha mikro yang kami temui. Bagi pengguna, syarat dan ketentuan sebuah produk atau layanan tekfin lebih penting ketimbang *add-on*, insentif berbasis imbalan seperti kesempatan memenangkan ponsel.

Temuan kami menunjukkan bahwa dua faktor pemberdaya lainnya – tetangga dan relasi terpercaya dan kasus penggunaan yang relevan – paling berpengaruh dalam membantu pengusaha mikro mengatasi hambatan-hambatan mental saat mengakses layanan keuangan.

### **Tetangga dan relasi terpercaya adalah kunci untuk mengajak orang-orang yang tidak terjangkau perbankan untuk menggunakan tekfin**

Tanpa pengecualian, riset kami menemukan bahwa pengadopsi awal mulai memanfaatkan layanan tekfin melalui orang-orang terdekat. Bagi masyarakat berpenghasilan rendah, keuangan adalah aktivitas sosial. Mereka mengandalkan jaringan orang-orang terdekat di komunitas mereka – keluarga, kawan, tetangga – untuk pinjaman informal dan balas budi. Mereka menganggap arisan, pertemuan sosial sekaligus mekanisme tabungan terotasi, sebagai metode utama mereka menabung. Sehingga

tidak mengejutkan ketika kami menemukan bahwa pengadopsi awal mulai menggunakan tekfin lewat agen-agen mereka yang juga orang-orang terdekat atau lewat layanan tekfin yang mewajibkan mereka untuk membentuk kelompok dengan teman-teman dan tetangga mereka.

Seperti disebutkan sebelumnya, memiliki orang-orang terdekat yang juga sesama pegiat usaha mikro sangat membantu menengahi pengalaman mereka dengan tekfin dan membuat mereka merasa aman untuk mengadopsi teknologi-teknologi baru. Dalam hal tabungan *mobile* dan pembayaran *mobile*, pengguna mengandalkan agen mereka untuk membimbing mereka menggunakan layanan atau bahkan melakukan kegiatan keuangan mewakili mereka. Selain perlu bantuan untuk menggunakan teknologi baru, pengguna juga cenderung merasa berdaya saat melihat seseorang yang memiliki latar belakang sama dan keterampilan yang hampir setara mampu menggunakan tekfin.

Layanan *peer-to-peer group lending* yang menjadi fokus kami menggunakan mekanisme *group lending* untuk mengakses pinjaman. Lewat mekanisme ini para anggota memverifikasi satu sama lain dan bertindak sebagai sponsor bagi satu sama lain untuk menggantikan jaminan yang, secara tradisional, berlaku dalam ketentuan pinjaman. Kami melihat, bagi pengusaha mikro, mekanisme ini berperan sebagai jaring pengaman sosial saat mengakses layanan ini, baik dalam hal meminta orang lain melunasi tagihan utang saat mereka sedang tak mampu, maupun memiliki orang-orang yang akan menuntut pertanggungjawaban mereka.

Pendekatan ini terasa mirip dengan arisan, mekanisme yang sudah akrab bagi pengusaha mikro perempuan yang kami temui. Karena pengusaha mikro tidak nyaman mengadopsi dan menggunakan teknologi baru, mereka sangat mengandalkan agen untuk membantu mereka agar bisa menggunakan sistem secara aktif, misalnya dengan mengingatkan mereka untuk melunasi utang atau menabung.

### **Berikan mereka contoh kasus penggunaan, bukan informasi produk**

Sebagaimana dijabarkan pada Bab 2, saat ditunjukkan konsep uji coba yang menjelaskan berbagai jenis layanan tekfin, banyak pengusaha mikro yang gelagapan dan merasa tak nyaman untuk mengadopsi teknologi baru.

Mereka mengakui bahwa fitur-fitur yang diperkenalkan mungkin bisa membantu mereka mengelola uang dan bisnis mereka, tapi mereka tidak yakin bisa menggunakan ponsel mereka dengan cara-cara baru. Meski kami menyediakan

materi visual berupa maket produk yang menjadi bagian dari alat riset dan menuntun mereka langkah demi langkah, mereka seringkali kewalahan dengan jumlah tahapan yang dibutuhkan untuk memahami dan menggunakan serangkaian layanan yang ditawarkan.

Kami melihat pengadopsi awal yang sukses mengadopsi tekfin adalah mereka yang menjalani transisi melalui agen yang menunjukkan contoh-contoh kasus yang secara spesifik memenuhi kebutuhan mereka, alih-alih mengenalkan mereka pada keseluruhan layanan yang ditawarkan sebuah aplikasi.

Mengenai rekening tabungan *mobile*, kami menemukan bahwa hal yang paling menarik minat pengusaha mikro adalah jika mereka bisa menyetor sejumlah kecil uang (misalnya Rp5,000) dan bisa menarik tunai dengan jumlah sama kecil. Hal ini menjadi daya tarik yang digunakan para agen untuk merekrut pengguna baru dan menjadi fitur yang

paling sering digunakan, karena ia mirip dengan praktik “*nyisihin*” yang dijelaskan pada bagian sebelumnya. Fitur transfer di rekening tabungan *mobile* juga digemari kalangan pengusaha mikro yang anggota keluarganya tinggal di luar kota, karena mereka tak perlu pergi ke ATM untuk melakukan transfer. Ada pula kasus-kasus di mana pemilik warung menggunakan rekening tabungan *mobile* untuk mentransfer uang kembalian pada pelanggan mereka. Ini dianggap solusi karena sebelumnya mereka harus selalu menyediakan uang kecil untuk kembalian.

Dalam hal pembayaran *mobile* dan *peer-to-peer group lending*, kami menemukan bahwa pengusaha mikro mengidentifikasi contoh kasus penggunaan yang sesuai di kalangan sesama pengguna layanan tekfin. Dengan kata lain, bagi pengusaha mikro, contoh kasus penggunaan yang relevan jauh lebih penting ketimbang informasi produk.

## Agen-agen dengan motivasi tinggi adalah ujung tombak tekfin



-Nira, Sukabumi

*“Dulu warung saya punya banyak pelanggan, tapi akhir-akhir ini mulai sepi. Jadi saya mendaftar sebagai agen untuk menambah pemasukan. Sebagai agen saya cuma bisa menarik penghasilan saya setiap tiga bulan, tapi tidak apa-apa. Saya paham bagaimana sistem ini bekerja, jadi sementara saya menunggu, saya bisa bekerja lebih keras supaya dapat penghasilan lebih banyak!”*

Faktor-faktor pemberdaya, yang membantu menyelesaikan hambatan mental dalam adopsi tekfin, bergantung pada agen-agensya. Agen adalah perantara layanan tekfin dengan penggunanya; umumnya, agen juga seorang pengusaha mikro. Sepanjang riset kami, kami menemui agen-agen yang sangat bersemangat, yang bekerja melampaui tugas-tugas utama mereka demi memastikan pengguna-pengguna mereka tetap aktif. Mereka secara aktif mencoba mendaftarkan pengguna-pengguna di luar lingkaran terdekat mereka dan berperan sebagai pendidik, penyemangat, dan pemberi solusi atas permasalahan pengguna mereka.

Apa yang memotivasi agen-agen berkinerja tinggi ini? Jika pengguna tergiur dengan persyaratan dan ketentuan yang fleksibel untuk bisa menggunakan dan mengakses tekfin, kami menemukan bahwa agen termotivasi oleh insentif-insentif berbasis reward. Tentu ini tidak berarti bahwa semua perusahaan tekfin mesti menawarkan reward secara langsung dan mudah diperoleh, seperti hadiah ponsel untuk setiap 100 pengguna yang mereka daftarkan. Jenis-jenis imbalan seperti ini biasanya hanya berhasil untuk jangka pendek, karena agen termotivasi hanya dalam rentang waktu tertentu, lalu mereka kehilangan motivasi untuk tetap aktif bekerja setelah mereka memperoleh *reward* pertama.

Kami melihat agen-agen yang bermotivasi tinggi lebih tertarik dengan **akumulasi insentif** yang memenuhi kriteria-kriteria berikut ini:

- Insentif atas transaksi aktif ketimbang perekrutan pengguna baru, misalnya sistem berbasis poin berdasarkan frekuensi transaksi
- Insentif yang turut menjangkau anggota keluarga agen, seperti memberi prioritas kepada anggota keluarga untuk menjadi agen dalam ekosistem layanan tekfin setelah agen mencapai target tertentu

Selama aturan **akumulasi insentif** ini diterapkan secara konsisten, agen akan cenderung tetap termotivasi. Beberapa agen yang kami wawancarai mengutarakan kekecewaan atau bahkan kemarahan mereka ketika ketentuan insentif jangka panjang diubah, karena mereka menganggapnya sebagai pelanggaran kepercayaan.







Tgl.	Tabungan		Rp.
	Masuk	Keluar	
4/10	500		20.000
5/10	500		25.000
6/10	500		30.000
7/10	500		35.000
8/10	500		40.000
9/10	500		45.000
10/10	500		50.000
11/10	500		55.000
12/10	500		60.000
13/10	500		65.000
14/10	500		70.000
15/10	500		75.000
16/10	500		80.000
17/10	500		85.000

## TEMUAN 1

**Pengusaha mikro menganggap layanan keuangan dibuat khusus untuk perencanaan jangka panjang, sedangkan mereka hanya membuat perencanaan jangka pendek.**



*Atin, Banyumas*

*“Kalau menabung di [rekening] bank saya jadi tidak bisa menggunakan uang saya sama sekali, kecuali dalam keadaan sangat darurat.”*

Sebagaimana diuraikan pada Bab 3, pengusaha mikro membelanjakan dan mengalokasikan uang pada empat kerangka waktu: harian, mingguan, bulanan, dan jangka panjang. Riset kami menemukan bahwa banyak pengusaha mikro yang membuat perencanaan untuk jangka pendek — uang yang diperoleh pada hari itu akan langsung dibelanjakan di hari yang sama, atau keesokan harinya. Mereka cenderung menyisihkan uang setiap hari untuk tujuan spesifik, contohnya melunasi utang di akhir minggu, membayar tagihan bulanan seperti tagihan listrik atau air, atau memenuhi keperluan anak. Meski sebagian pengusaha mikro mampu mengelola arus kas dalam jangka pendek, perencanaan untuk situasi mendesak atau tak terduga seperti kematian anggota keluarga atau bencana alam hampir tidak ada.

Kami juga menyadari bahwa mereka mempunyai kebiasaan jangka pendek yang sama dalam hal pelunasan utang. Karena uang yang diperoleh langsung dibelanjakan, menyisihkan uang untuk pelunasan utang mingguan lebih diminati sebagian besar pengusaha mikro yang kami temui, bila dibandingkan dengan pelunasan bulanan. Mengingat pengusaha mikro memilih perencanaan jangka pendek, sebagian besarnya baru mulai memikirkan pelunasan saat utang mereka mendekati jatuh tempo, sehingga mengumpulkan uang dalam waktu terbatas untuk melunasi utang selama sebulan merupakan hal yang menantang. Kebiasaan membuat perencanaan jangka pendek ini juga menjelaskan bagaimana pengusaha mikro memandang transaksi keuangan dengan bank formal; sebagian besar beranggapan menabung di bank formal hanya untuk target-target jangka panjang. Menabung di bank hanyalah untuk uang “yang tak perlu disentuh lagi.” Sementara untuk pinjaman bank, hampir semua pengusaha mikro yang kami temui sadar betul bahwa mereka tidak mampu memenuhi persyaratannya, karena itu mereka tidak punya keinginan untuk mencari tahu soal prosedur permohonan pinjaman.



## TEMUAN 2

**Pengusaha mikro memanfaatkan rekening tabungan *mobile* sebagai “simpanan sementara”.**



*Supi, Bekasi*

*“Seorang agen menjelaskan kepada saya manfaat memiliki rekening tabungan di ponsel saya. Katanya, saya bisa menyetor uang dengan jumlah kecil, dan itulah alasan utama saya ingin bergabung. Tapi saat saya punya cukup uang di rekening ponsel, biasanya saya transfer ke rekening bank.”*

Seiring kemunculan rekening tabungan *mobile*, kini beberapa pengusaha mikro lebih sering menyetor uang dan menabung. Ada tiga alasan untuk hal ini. Pertama, pengusaha mikro yang kami temui tertarik dengan rekening tabungan *mobile* karena mereka bisa menyetor uang dengan jumlah kecil. Kedua, menabung menjadi lebih mudah karena agen-agen tinggal berdekatan dengan rumah atau toko para pengusaha mikro; jaraknya pun bisa ditempuh dengan berjalan kaki. Terakhir, para agen mengingatkan mereka untuk menabung, jadi mereka terdorong untuk lebih sering menabung.

Meski demikian, kami menemukan bahwa rekening tabungan *mobile* biasanya digunakan sebagai “simpanan sementara.” Banyak pengusaha mikro melaporkan bahwa mereka menabung lebih sering di rekening tabungan *mobile* demi tujuan spesifik, contohnya mengirimkan uang ke saudara di kampung atau menabung untuk pulang kampung. Setelah jumlah tabungan mereka mencapai target, pengusaha mikro akan menarik atau mentransfernya ke rekening bank (biasanya, bank yang sama dengan milik penerima transfer). Riset kami menemukan penggunaan serupa pada rekening tabungan saat kami mewawancarai para peminjam dari layanan *peer-to-peer group lending*. Mereka mengungkapkan ketertarikan pada rekening tabungan, namun bukan untuk tabungan jangka panjang, mereka ingin rekening tersebut terhubung dengan pinjaman mereka dan dapat digunakan untuk menyetor uang guna melunasi utang.



### TEMUAN 3

**Agen dan pengguna memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja.**



*Ina, Bekasi*

*“Saya hanya menemui agen yang waktu itu mendaftarkan saya, tidak pernah ke agen lainnya. Saya kenal akrab dengan agen saya, dia kan sepupu saya.”*

Ada hubungan yang kuat, yang didasari rasa percaya, antara agen dan pengguna, dan agen mengandalkan keakraban ini untuk merekrut dan mempertahankan pengguna. Ini tak mengejutkan, mengingat keuangan bagi kalangan berpenghasilan rendah dipandang sebagai aktivitas sosial. Hasilnya, pengguna seringkali memandang agen sebagai “tetangga yang bisa menolong” alih-alih “perwakilan lembaga keuangan formal.” Meski hal ini membantu dalam merekrut dan mempertahankan pengguna, ada beberapa akibat lain yang muncul secara tidak langsung.

Pertama, hubungan agen-pengguna yang bersifat personal bisa menyebabkan praktik-praktik yang tidak aman. Banyak pengguna cukup percaya pada agen sehingga rela berbagi kata sandi atau menitipkan uang tunai pada agen. Hal ini terjadi pula pada layanan pembayaran *mobile* dan penagihan dalam *peer-to-peer group lending*. Jika seorang agen tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna, pengguna sering kali tidak berusaha mencari bantuan dari agen lain atau menghubungi penyedia layanan tekfin.

Kedua, sebagian agen terlalu ‘protektif’ dan peduli dengan kebutuhan pengguna. Karena alasan ini, mereka tidak mempromosikan fitur-fitur lain yang mungkin bermanfaat bagi pengguna dalam jangka panjang. Mereka sering kali enggan membebaskan pengguna dengan mengenalkan fitur-fitur baru yang dianggap rumit. Akibatnya, pengguna boleh jadi melewatkan kesempatan untuk menggunakan layanan-layanan yang mungkin bisa memenuhi kebutuhan laten mereka yang belum terlihat.



## TEMUAN 4

**Norma-norma sosial memengaruhi pengusaha mikro dalam mengambil keputusan**



*Asti, Banyumas*

*“Di sekitar sini, semua orang mengambil pinjaman. Jadi waktu tetangga saya menawarkan bergabung pada layanan pinjaman kelompok [peer-to-peer group lending], saya pikir: kenapa enggak?”*

Keluarga dan teman adalah pihak-pihak yang paling berpengaruh dalam pembuatan keputusan pengusaha mikro untuk menabung atau meminjam uang, serta memutuskan di mana mereka akan menabung dan meminjam uang. Sebagian pengusaha mikro menggunakan *peer-to-peer group lending* karena mekanisme pinjam meminjam ini dikenal di kalangan mereka, sehingga kepercayaan mereka pada mekanisme ini cenderung tinggi. Namun, kami menemukan bahwa beberapa pengusaha melakukan pinjaman hanya karena ikut-ikutan tetangga mereka. Bagi para pengikut ini, pertemuan tatap muka lebih dari sekadar persyaratan atau mekanisme akuntabilitas; pertemuan ini dianggap sebagai acara sosial yang “jangan sampai dilewatkan,” tempat mereka dapat bersilaturahmi dengan pengusaha lain dan bertukar informasi di suasana yang santai.

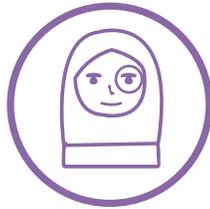
Mengenai layanan tabungan *mobile*, sebagaimana diuraikan pada Temuan 3 (“Agen dan pengguna tekfin memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja”), agen memiliki peran besar dalam proses pendaftaran dan mempertahankan agar pengguna terus aktif. Pada skenario-skenario terburuk, sebagian pengguna mendaftar karena ingin menolong, atau karena sungkan menolak teman-teman mereka yang bekerja sebagai agen. Agen menggunakan taktik persuasif ini tak hanya untuk merekrut pengguna, tapi juga mempertahankan pengguna agar terus aktif. Kami bertemu dengan agen-agen yang mempunyai motivasi tinggi, yang setiap hari berkeliling tempat tinggalnya untuk membujuk pengguna untuk menyisihkan uang ke rekening *mobile*-nya.

Selain agen, mitra bisnis pengusaha mikro seperti pemasok atau distributor barang, juga berperan untuk meyakinkan pengusaha mikro agar mengadopsi layanan keuangan. Kami bertemu dengan beberapa pengusaha yang membuka rekening di bank yang sama dengan mitra bisnis mereka, agar dapat memenuhi permintaan mereka atau untuk menghindari biaya transfer antar bank.



## TEMUAN 5

**Kemudahan lebih penting daripada risiko atau biaya.**



- Sunarti, Ciseeng

*“Kalau saya meminjam uang lewat peer-to-peer group lending, saya tidak butuh jaminan. Satu-satunya jaminan yang saya perlukan adalah diri saya.”*

Pengusaha mikro memilih kemudahan daripada biaya. Hal ini terlihat jelas dalam layanan *peer-to-peer group lending*, khususnya dalam hal kemudahan melakukan peminjaman. Bank pada umumnya mengharuskan peminjam untuk mempunyai rekam kredit, jaminan, atau pekerjaan penuh waktu; sementara *peer-to-peer lending* lebih mudah bagi pengusaha mikro karena ia tidak memerlukan persyaratan administratif atau jaminan.

Parameter penting lainnya dalam *peer-to-peer group lending* adalah jumlah yang harus dilunasi para pengusaha setiap minggu lebih penting ketimbang tingkat bunga atau keuntungan yang diharapkan setelah pinjaman. Saat ditanya soal tingkatan bunga mereka, banyak pengusaha mikro yang tidak mengingatkannya. Mereka mempertimbangkan suatu pinjaman dari jumlah yang harus dibayarkan tiap minggunya. Jika mereka mampu membayar cicilan mingguan, tak peduli bunga yang diminta, mereka menganggap pinjaman tersebut terjangkau.

Ini bukan berarti pengusaha mikro tidak mempertimbangkan pilihan-pilihan yang mereka punya. Riset kami menemukan bahwa mereka membandingkan syarat pembayaran *peer-to-peer group lending* dengan koperasi simpan-pinjam di daerah masing-masing, yang biasanya memiliki persyaratan pembayaran dua mingguan atau bulanan. Bahkan walaupun jumlah skema pelunasan mingguan di *peer-to-peer group lending* sedikit lebih tinggi dari jumlah pelunasan dua mingguan atau bulanan, banyak pengusaha mikro tetap memilih skema mingguan supaya lebih mudah.

*“Saya menyimpan uang tunai di rumah. Rasanya lebih praktis karena saya bisa ambil kapan pun saya memerlukannya. Kalau saya menyetornya ke bank, saya akan buang waktu berjalan kaki ke ATM saat saya perlu membayar sesuatu.” - Wati, Bekasi.*

Kami menemukan pola yang sama pada kebiasaan menabung. Kurang dari setengah responden kami (atau pasangannya) memiliki rekening bank, tapi semuanya menyimpan uang tunai di rumah. Meski berisiko, terutama jika kemalingan atau terjadi bencana alam, kepraktisan menyimpan uang tunai di rumah adalah prioritas bagi pengusaha mikro.



## TEMUAN 6

**Agen dan pengguna  
mengandalkan  
komunikasi lisan.**



- Tika, Banyumas

*“Ini ada brosur baru tentang layanan [tekfin], tapi belum saya baca. Lebih baik saya tunggu sampai ketemu petugas lapangan. Lebih mudah begitu, karena petugas lapangan bisa menjelaskan isinya dan saya bisa bertanya langsung kalau ada pertanyaan.”*

Sebagian besar pengusaha mikro enggan membaca brosur atau informasi yang diberikan soal layanan keuangan digital. Mereka mengandalkan pendekatan tatap muka; biasanya agen, yang juga teman akrab, mengajarkan dan membimbing mereka saat pendaftaran dan penggunaan layanan dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga komunikasi berjalan lebih lancar.

Pola komunikasi yang sama juga ditemukan di kalangan agen. Riset kami menemukan bahwa sebagian besar agen mengetahui produk baru lewat petugas lapangan yang mendatangi warung mereka dan menjelaskan produk itu. Agen mengakui mereka punya aplikasi khusus agen yang dipasang pada ponsel mereka; di situ mereka bisa membaca informasi tentang produk, tips untuk mendapatkan insentif optimal, dan melakukan *troubleshooting*. Akan tetapi, mereka lebih memilih komunikasi verbal ketimbang membaca penjelasan produk di aplikasi.

Menariknya, riset kami menunjukkan bahwa agen lebih terbuka pada informasi baru yang dikenalkan lewat grup *WhatsApp* khusus agen. Bahasa yang informal, interaktif, bahkan kelakar seputar layanan membuat informasi baru tak terlalu mengintimidasi. Metode efektif lainnya yang kami lihat adalah edukasi pengguna lewat video. Saat mencoba menarik calon pengguna untuk registrasi, menampilkan video soal produk-produk yang tersedia dan cara menggunakannya jauh lebih efektif ketimbang memberikan kertas atau brosur.



## TEMUAN 7

### Pentingnya insentif.



Ranti,  
Sukabumi (agent)

*“Saya enggak keberatan mencari pengguna baru untuk layanan ini dan membantu pengguna melakukan transaksi mereka, tapi saya perlu tahu apa imbalannya buat saya. Ini pekerjaan melelahkan, imbalannya harus sepadan dengan waktu saya.”*

Dalam berinteraksi dengan tekfin, pengusaha mikro berperan sebagai pengguna atau agen tekfin. Insentif amat penting bagi keduanya, meski dengan cara yang berbeda.

Bagi pengusaha mikro yang juga pengguna tekfin, insentif yang paling menarik adalah yang tercakup dalam syarat dan ketentuan suatu layanan. Sebagaimana digarisbawahi pada Temuan 5 (“Kemudahan lebih penting daripada risiko atau biaya”), jika suatu layanan menunjukkan bahwa ia memiliki syarat dan ketentuan yang lebih mudah dibandingkan pilihan-pilihan lain yang tersedia, pengusaha mikro akan tertarik mendaftar. Imbalan besar tetapi bersifat satu kali seperti kesempatan untuk mendapat mobil atau ponsel mungkin bisa membujuk pengusaha mikro untuk mendaftar, tapi belum tentu seterusnya mereka akan menjadi pengguna aktif.

Saat ditanya tentang mengapa pengusaha mikro tertarik menjadi agen tekfin, sebagian besar mengakui: karena insentifnya. Sebagian besar dari agen yang kurang aktif mendaftar demi imbalan langsung yang mudah didapatkan, seperti ponsel atau uang tunai, setelah merekrut pengguna dalam jumlah yang ditetapkan. Sementara itu, agen-agen yang aktif lebih peduli dengan insentif akumulatif dan bagaimana berprofesi sebagai agen dapat memberi penghasilan tambahan atau kesempatan lain, contohnya jika kerabat mereka bisa diprioritaskan sebagai agen dalam ekosistem layanan tekfin setelah mencapai tahapan tertentu.

Secara khusus, konsistensi aturan main untuk mendapatkan insentif penting bagi agen yang aktif. Perubahan sistem insentif bisa menjadi masalah ketika insentif tidak sebanding dengan usaha yang harus dikerahkan agen untuk mempertahankan pengguna, atau ketika hal tersebut dianggap sebagai pelanggaran kepercayaan.



## TEMUAN 8

**Privasi dan keamanan tidak menjadi pertimbangan.**



*Susan, Sukabumi*

*“Saya rutin mentransfer uang menggunakan rekening mobile untuk anak saya yang tinggal dan kuliah di Jakarta, tapi sebetulnya saya nggak ngerti cara melakukannya sendiri. Jadi, setiap kali saya perlu transfer, saya akan kasih ponsel dan PIN ke agen saya dan dia yang akan mengurusnya.”*

Pengusaha mikro menganggap bahwa layanan keuangan berbasis teknologi efektif dan efisien. Berkaitan dengan Temuan 3 (“Agen dan pengguna tekfin memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja”), dukungan saat menggunakan layanan keuangan masih berbentuk pendekatan personal. Dalam kasus penggunaan rekening tabungan *mobile*, sebagian pengusaha mikro tidak ragu menitipkan uang mereka ke agen tanpa memeriksa apakah uangnya langsung disetorkan atau tidak. Lebih buruk lagi, pengusaha mikro juga berbagi kata sandi mereka dengan agen saat meminta bantuan bertransaksi.

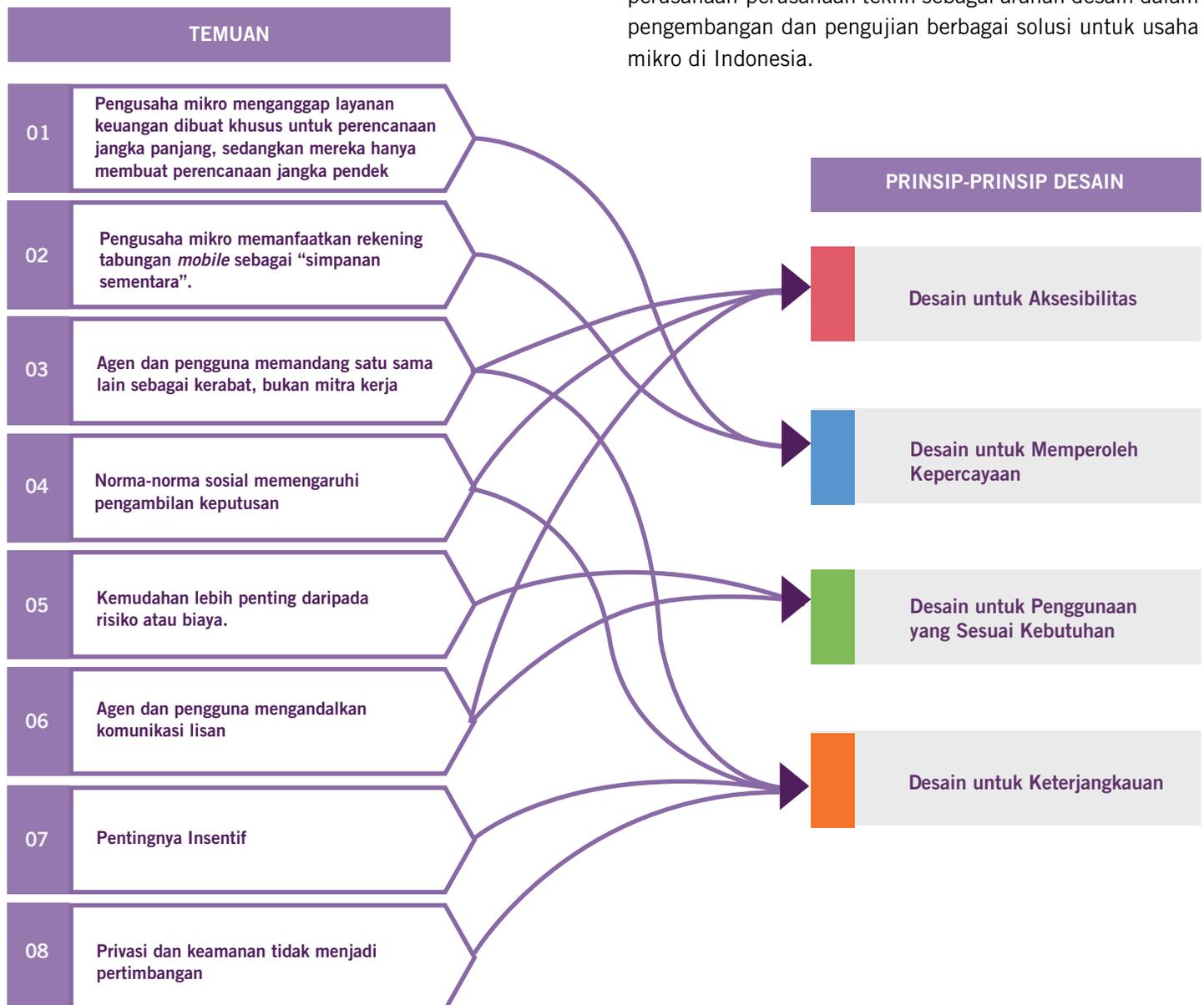
Dalam kasus *peer-to-peer group lending*, setelah pengusaha secara resmi menjadi peminjam ia akan dilengkapi dengan buku yang diberi kode QR untuk mencatat pinjaman dan pelunasan, sehingga peminjam bisa memantau pinjaman dan pembayaran mereka. Meski demikian, peminjam memandang buku tersebut sebagai persyaratan untuk melunasi utang, bukan sebagai catatan pribadi atas aktivitas pinjam meminjam mereka. Karena tidak menyadari persoalan keamanan dan privasi dari buku itu, mereka bisa saja menitipkannya pada seorang agen dan mengambilnya beberapa hari kemudian.

Terlepas dari praktik-praktik tidak aman di atas, selama riset kami tidak mendengar satupun kasus penyalahgunaan kepercayaan oleh agen. Meski begitu, memberi pemahaman kepada pengusaha mikro mengenai konsep privasi, keamanan konsumen, dan langkah-langkah perlindungan sangat penting agar pengusaha mikro dapat memetik keuntungan layanan keuangan, seperti pengguna tekfin lainnya.

## Menghubungkan temuan dengan prinsip-prinsip desain

Setelah menelaah pengalaman pengusaha mikro dalam mengadopsi tiga layanan keuangan digital berbeda, kami menemukan banyak kebutuhan laten akan tekfin. Pengguna sistem pembayaran *mobile* bisa menerima manfaat dengan mengakses pinjaman mikro, pengguna *peer-to-peer group lending* bisa memanfaatkan rekening tabungan *mobile*, dan ada kesempatan-kesempatan bagi tekfin untuk menyediakan dukungan dalam hal mendigitalisasi sistem pembayaran ke pemasok, memberi pemahaman tentang keuangan, atau mengajarkan dasar-dasar manajemen bisnis. Riset kami juga menunjukkan bahwa **dalam mengambil keputusan**

**untuk mengadopsi layanan keuangan, pengusaha mikro lebih mempertimbangkan bagaimana tekfin diperkenalkan dan diterapkan dalam kasus-kasus yang sesuai kebutuhan ketimbang rincian teknologinya.** Oleh sebab itu, alih-alih merekomendasikan ide produk atau layanan, kami memilih untuk menerjemahkan temuan-temuan kami ke dalam prinsip-prinsip desain. Prinsip-prinsip desain adalah wujud pemahaman kami perihal sikap serta perilaku pengusaha mikro terkait keuangan dan teknologi, terutama faktor-faktor pemberdaya yang menyiapkan mereka untuk mengadopsi layanan keuangan digital. Prinsip-prinsip ini bisa diterapkan perusahaan-perusahaan tekfin sebagai arahan desain dalam pengembangan dan pengujian berbagai solusi untuk usaha mikro di Indonesia.



## Desain untuk Aksesibilitas

Masalah akses sering disebut sebagai penyebab utama layanan perbankan tidak menjangkau para pengusaha mikro. Bagi mereka, aksesibilitas bukan hanya jarak antara rumah dan lokasi layanan keuangan, namun juga apakah layanan tersedia pada waktu yang cukup fleksibel sehingga bisa mengakomodasi kebutuhan mereka. Aksesibilitas juga berarti pengusaha mikro memiliki akses ke informasi yang disampaikan melalui cara-cara yang membuat mereka merasa yakin bahwa mereka memahami layanan itu dan persyaratan yang menyertainya.

Riset kami menemukan bahwa aksesibilitas sangat menantang bagi sejumlah segmen di kalangan pengusaha mikro, contohnya para perempuan lanjut usia yang tinggal di daerah terpencil, dan pengusaha semi-melek huruf (yang mampu membaca dan berhitung untuk memastikan bisnis tetap berjalan, namun tidak nyaman melakukan tugas-tugas yang lebih canggih seperti membaca teks panjang atau menghitung keuntungan dan kerugian bisnis mereka). Kelompok-kelompok ini membutuhkan pendekatan komunikasi khusus, atau terkadang skema yang spesifik, agar mereka merasa layanan keuangan digital mudah diakses.



Pada praktiknya, mendesain untuk aksesibilitas dapat berarti:

**Bekerja sama dengan perantara manusia alih-alih mengandalkan teknologi semata**

Riset kami menemukan bahwa adopsi yang sukses diawali dengan orang-orang terpercaya yang menjadi perantara layanan keuangan dan calon pengguna. Agen-agen ini, biasanya berasal dari komunitas yang sama dengan calon pengguna, berperan penting untuk membuat layanan



keuangan digital terasa mudah diakses dengan mengenalkannya melalui bahasa yang dapat dipahami calon pengguna. Strategi ini digunakan hampir seluruh perusahaan tekfin yang menasar kalangan berpenghasilan rendah, biasanya dengan bekerja sama dengan pengusaha mikro yang juga agen.

**Mengadakan acara-acara aktivasi berbasis komunitas untuk mempromosikan kesadaran merek**

Salah satu tantangan utama bagi agen saat merekrut pengguna adalah orang-orang belum pernah mendengar soal merek tekfin. Meski banyak agen yang kami temui sudah mampu merekrut tetangga dan kerabatnya menjadi pengguna, perusahaan tekfin dapat memudahkan pekerjaan para agen dengan cara meningkatkan kesadaran atas merek melalui kampanye-kampanye yang bekerja sama dengan tokoh masyarakat lokal seperti pembawa acara radio.

**Menyesuaikan komunikasi pengenalan tekfin dengan kelompok spesifik calon pengguna**

Dari seluruh pengusaha mikro yang kami jumpai, laki-laki dan perempuan lansia yang tinggal di daerah terpencil dan mereka yang semi-melek aksara kemungkinan tidak mengakses layanan keuangan formal atau tekfin. Dengan skema-skema komunikasi khusus untuk mengenalkan layanan keuangan digital pada kelompok spesifik calon pengguna, pengusaha mikro akan terbantu untuk menyadari bahwa layanan tersebut lebih mudah diakses. Merancang skema-skema spesifik untuk kelompok ini juga bisa memperbaiki aksesibilitas sebuah layanan keuangan digital, jika suatu perusahaan tekfin ingin berusaha lebih jauh.

### Temuan-temuan terkait:

03

Agen dan pengguna memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja

04

Norma-norma sosial memengaruhi pengusaha mikro dalam mengambil keputusan

06

Agen dan pengguna mengandalkan komunikasi lisan

## Desain untuk Memperoleh Kepercayaan

Kepercayaan adalah tema yang terus-menerus muncul dalam percakapan kami bersama pengusaha mikro. Sama halnya dengan aksesibilitas, pengguna layanan keuangan digital menaruh kepercayaan pada agen, teman akrab yang berperan sebagai antarmuka pengguna sebuah layanan keuangan digital. Pengusaha mikro juga perlu yakin dengan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi untuk mengadopsi layanan keuangan digital, meski dalam banyak kasus mereka menaruh kepercayaan pada kemampuan dan kesediaan agen untuk membantu mereka menggunakan layanannya. Bagi pengusaha mikro yang berperan sebagai agen, mereka juga perlu percaya pada merek tekfin dan sistem intensif yang berlaku supaya punya cukup motivasi untuk menjalankan peran mereka. Membangun kepercayaan antara agen dan merek tumbuh bertahap, karena hubungan mereka seringkali kekurangan perantara manusia yang dipercaya para agen.

Pada praktiknya, mendesain untuk memperoleh kepercayaan dapat berarti:

### Mengumpulkan dan membagikan kisah-kisah sukses dari sesama pengusaha mikro

Kisah-kisah tentang bagaimana pengusaha mikro mampu menggunakan layanan keuangan digital untuk membantu mengelola bisnis dan keuangan mereka, bisa memikat calon pengguna untuk bergabung dan menyemangati pengguna supaya lebih aktif dalam menggunakan layanan. Kisah-kisah ini bisa sesederhana foto-foto dan teks ringkas yang disebarkan lewat *WhatsApp* atau saluran komunikasi lain yang sudah digunakan para pengusaha mikro.

### Menyediakan saluran komunikasi cuma-cuma atau dengan biaya rendah supaya agen terhubung dengan saluran telepon bantuan perusahaan tekfin

Perjalanan adopsi pada Bab 3 menunjukkan bahwa banyak pengguna berhenti menggunakan layanan keuangan digital saat agen mereka gagal memecahkan masalah, yang artinya mereka tak percaya lagi pada agen untuk membantu mereka menggunakan layanannya. Rintangannya utama bagi agen dalam mengatasi masalah pengguna adalah mereka tidak tahu harus menghubungi siapa untuk memecahkan masalah. Walaupun mereka tahu, ongkos menelepon saluran telepon bantuan seringkali mahal.



#### Temuan-temuan terkait:

- 03 Agen dan pengguna memandang satu sama lain sebagai kerabat, bukan mitra kerja
- 04 Norma-norma sosial memengaruhi pengusaha mikro dalam mengambil keputusan
- 07 Pentingnya insentif
- 08 Privasi dan keamanan tidak menjadi pertimbangan

## Membangun kepercayaan melalui insentif

Hal penting lain yang dapat diambil dari penelitian kami adalah peran insentif untuk meningkatkan retensi. Tidaklah mengherankan jika insentif memainkan peran besar dalam retensi, baik bagi agen maupun pengguna. Praktik insentif yang diterapkan saat ini berfokus pada: (1) pemberian insentif untuk agen lebih diutamakan ketimbang untuk pengguna, dan (2) lebih mementingkan registrasi daripada retensi pengguna. Dalam merancang insentif, beberapa rekomendasi berikut dapat menjadi bahan pertimbangan:

### Jenis insentif

**Insentif jangka pendek:** Hasil riset kami menunjukkan bahwa insentif-insentif langsung yang diberikan kepada pengguna dalam bentuk barang, misalnya hadiah ponsel saat melakukan registrasi, hanya berhasil untuk mendorong agar pengguna mendaftar, dan tidak berpengaruh terhadap retensi. Untuk meningkatkan retensi pengguna, sebaiknya memikirkan insentif langsung dalam bentuk lain seperti mengatur agar persyaratan dan ketentuan layanan tekfin lebih terjangkau, cepat, atau mudah dibandingkan dengan alternatif yang tersedia saat ini. Insentif langsung dapat berupa biaya transfer antar bank yang lebih murah untuk rekening tabungan *mobile*, ketentuan pelunasan pinjaman yang lebih longgar untuk layanan *peer to peer lending*, atau dengan menekankan bahwa sistem pembayaran lewat *mobile* akan mengurangi kebutuhan untuk selalu memiliki uang tunai dalam pecahan kecil, yang merupakan sebuah titik kesulitan yang sering dialami para pengusaha mikro.

**Insentif jangka panjang:** Insentif jangka panjang bisa berhasil dengan dua cara, yakni akumulasi insentif dari waktu ke waktu dan pemberian hadiah ketika mencapai tahap (*milestone*) tertentu. Untuk insentif yang diakumulasi, kami menemukan bahwa pemberian imbalan untuk frekuensi transaksi lebih berhasil dalam meningkatkan retensi dibandingkan imbalan untuk penggunaan berbagai fitur yang tersedia dalam suatu layanan keuangan digital. Sementara itu, untuk insentif berbasis *milestone*, alih-alih mengenalkan insentif seperti umrah atau mobil, kami menemukan

bahwa dampak terhadap retensi akan lebih efektif apabila insentif dapat memberi manfaat bagi anggota keluarga (misal: jika frekuensi penggunaan tinggi, anggota keluarga berkesempatan menjadi agen) atau dalam bentuk akses ke layanan lainnya (misal: rekam jejak tabungan yang baik akan diberi imbalan berupa akses lebih cepat untuk memperoleh pinjaman mikro).

### Sistem insentif bertingkat untuk agen

Pengguna dan agen tidak merespon positif ketika aturan insentif berubah. Apabila insentif semakin sulit dicapai, agen akan kehilangan motivasi dan berpotensi mengundurkan diri dari peran mereka sebagai agen—sehingga ikut berdampak bagi para pengguna yang mereka layani.

Kami melihat adanya peluang untuk mengujicobakan suatu sistem insentif bertingkat untuk agen, yang dapat menawarkan stabilitas dalam memperoleh imbalan serta mendorong agen untuk sesekali menjalankan fungsi baru. Tingkatan pertama adalah sistem permanen yang memberi imbalan atas transaksi dasar, seperti sistem poin berdasarkan frekuensi transaksi. Tingkatan kedua bisa berupa sistem insentif periodik yang menawarkan imbalan lebih tinggi untuk melakukan layanan yang baru atau lebih kompleks.

Sebagai contoh, dalam kasus rekening tabungan *mobile* dengan sistem imbalan berbasis poin untuk agen, insentif tingkat pertama bisa berupa poin dalam jumlah kecil setiap kali transaksi dasar dilakukan, seperti menyimpan atau mentransfer uang. Selanjutnya, tingkat kedua bisa dalam bentuk poin yang lebih besar untuk fitur-fitur transaksi yang lebih kompleks, seperti pembayaran tagihan listrik selama tiga bulan, lalu diganti menjadi pembayaran tagihan air untuk tiga bulan berikutnya.

Pemberian insentif yang konsisten membantu agen merasa yakin bahwa mereka telah paham betul bagaimana sistem insentif bekerja, dan meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk melakukan fungsi-fungsi baru dari waktu ke waktu.

## Desain untuk Penggunaan yang Sesuai Kebutuhan

Pengusaha mikro memberikan tanggapan lebih positif pada contoh-contoh penggunaan yang spesifik ketimbang pengenalan terhadap informasi produk, yang sering kali membuat mereka kewalahan. Contoh-contoh penggunaan yang sesuai kebutuhan biasanya langsung terasa relevan dengan kebiasaan sehari-hari pengusaha mikro, sehingga perubahan perilaku yang dibutuhkan untuk mengadopsi layanan keuangan digital tidak terlalu drastis. Contoh-contoh penggunaan juga lebih efektif dalam meyakinkan pengusaha mikro untuk mengadopsi layanan keuangan digital saat agen menyampaikannya dengan cara yang mudah dicerna.

Pada praktiknya, desain untuk contoh-contoh penggunaan yang sesuai kebutuhan bisa berarti:

**Bekerja sama dengan agen untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menyebarkan contoh-contoh penggunaan yang sesuai kebutuhan**

Kami menemukan bahwa para agenlah yang mengidentifikasi contoh-contoh penggunaan layanan keuangan digital yang sesuai kebutuhan, bukan perusahaan tekfin. Agen adalah pihak terbaik untuk mengidentifikasi contoh-contoh tersebut karena mereka memiliki kebiasaan dan keterbatasan yang sama dengan penggunanya. Tetapi, tidak semua agen secara aktif melakukan hal ini. Perusahaan tekfin sebaiknya mendorong dan memfasilitasi agen-agen dalam mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menyebarkannya di seluruh jaringan agen.

**Mempertimbangkan kebiasaan aktivitas keuangan pengusaha mikro dalam mendesain produk**

Misalnya, ‘tabungan bertujuan’ adalah konsep umum dalam perbankan, tapi lazimnya istilah ini digunakan untuk tujuan-tujuan besar dan jangka panjang, yang tidak terpikirkan oleh pengusaha mikro, seperti tabungan untuk pendidikan lanjut. Konsep ini bisa berfungsi lebih baik bagi pengusaha mikro jika diterapkan sebagai ‘tabungan lebaran’ atau ‘tabungan mudik.’

### Temuan-temuan terkait:

- 01 Pengusaha mikro menganggap layanan keuangan dibuat khusus untuk perencanaan jangka panjang, sedangkan mereka hanya membuat perencanaan jangka pendek
- 02 Pengusaha mikro memanfaatkan rekening tabungan *mobile* sebagai “simpanan sementara”

## Desain untuk Keterjangkauan

Definisi keterjangkauan bagi pengusaha mikro bergantung pada konteks kehidupan mereka. Membandingkan syarat dan ketentuan sebuah layanan keuangan digital dengan layanan perbankan tidak selalu berhasil memikat pengusaha mikro, karena sejak awal mereka tidak mempertimbangkan bank sebagai pilihan yang layak dalam hal pinjam meminjam. Pengusaha mikro membandingkan layanan keuangan digital dengan pilihan-pilihan lain yang tersedia untuk mereka, seperti lembaga keuangan mikro, koperasi, rentenir, dan arisan.

Pada praktiknya desain untuk keterjangkauan bisa berarti:

**Memahami bahwa keterjangkauan tidak melulu soal biaya**

Dari sudut pandang penyedia layanan, biaya adalah hal paling kentara saat menentukan keterjangkauan. Namun, sebagaimana dijelaskan pada Temuan 5, pengusaha mikro juga menentukan keterjangkauan berdasarkan kerangka waktu. Karena siklus keuangan mereka sangat singkat, sebagaimana dijabarkan pada Bab 2, akan lebih mudah jika mereka memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Dalam hal *peer-to-peer lending*, pelunasan mingguan dirasa lebih terjangkau ketimbang bulanan, walaupun tingkat bunga untuk pelunasan mingguan sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan skema bulanan yang ditawarkan lembaga keuangan mikro.

**Mendorong praktik *cash light* alih-alih praktik *cashless***

Mentalitas “uang tunai adalah raja” sangat kuat di kalangan pengusaha mikro, tak hanya karena uang tunai bisa digunakan di mana-mana, tetapi juga karena pengusaha mikro memiliki penghasilan yang terlalu kecil sehingga tidak mampu menyisihkan uang mereka secara digital. Mendorong praktik *cash light* bisa berarti menciptakan sebuah ekosistem supaya uang memiliki aliran masuk dan keluar yang signifikan. Contohnya, sistem pembayaran *mobile* yang bisa digunakan pengusaha mikro untuk menerima pembayaran dari pelanggan mereka untuk membayar pemasok mereka akan lebih mungkin digunakan ketimbang sistem yang hanya digunakan untuk transaksi pelanggan.

payments from customers and pay their suppliers will have more chance of being used than a system that is only used for customer transactions.

### Temuan-temuan terkait:

- 05 Kemudahan lebih penting daripada risiko atau biaya
- 06 Agen dan pengguna mengandalkan komunikasi lisan

## Domain kebijakan: perlindungan konsumen dan edukasi keuangan

Meski riset kami fokus menyoroti wilayah-wilayah di mana perusahaan tekfin dapat memberi dampak yang besar, kami terus menerus mendapati tema-tema kebijakan yang menjadi agenda prioritas para regulator di ruang tekfin, Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan<sup>1</sup>, yaitu: perlindungan konsumen dan edukasi literasi keuangan.

Berdasarkan riset kami dan sejalan dengan agenda regulator, kami merekomendasikan agar para pembuat kebijakan meningkatkan perlindungan dan peningkatan pemahaman konsumen dengan cara:

### Memanfaatkan rezim keterbukaan informasi untuk mendukung literasi keuangan dan perlindungan konsumen

Alih-alih menganggap peningkatan pemahaman keuangan sebagai program pelatihan atau kampanye tertentu, pembuat kebijakan dapat memanfaatkan rezim keterbukaan informasi – regulasi, pedoman, dan penegakan peraturan guna meningkatkan transparansi dan perlindungan konsumen (Chien, 2012) – yang dapat mendorong perusahaan tekfin untuk mendapatkan konsumen sembari meningkatkan pemahaman konsumen tentang layanan atau produk keuangan. Artinya, perusahaan tekfin tidak hanya memikirkan tentang informasi apa saja yang perlu diterangkan, melainkan juga bagaimana informasi tentang layanan dapat dikomunikasi kepada para target pengguna.

Kami menemukan bahwa banyak pengusaha mikro yang tidak sepenuhnya memahami konsekuensi dalam mengadopsi suatu layanan keuangan. Seperti masyarakat berpenghasilan rendah pada umumnya, mereka tidak membaca syarat dan ketentuan dalam aplikasi, brosur, atau kontrak tekfin, terlepas dari tingkat melek huruf mereka. Pembuat kebijakan dapat mendorong perusahaan tekfin untuk memberikan informasi tentang syarat dan ketentuan dalam bahasa yang disederhanakan serta memastikan agar risiko dan konsekuensi layanan dapat dipahami, termasuk dengan menyajikan informasi tersebut dalam bahasa daerah. Hal ini juga dapat diberlakukan untuk informasi tentang apa saja yang dilakukan perusahaan tekfin terhadap jejak keuangan digital yang ditinggalkan pengguna dalam sistem mereka (Mazer, Carta, dan Kaffenberger, 2014).

### Mengintegrasikan pemahaman tentang privasi dan keamanan ke dalam agenda literasi keuangan

Riset kami menemukan bahwa para pengguna tidak memiliki pemahaman dasar tentang privasi dan keamanan data, yang mengakibatkan perilaku berisiko tinggi seperti saling berbagi kata sandi. Konsep privasi dan keamanan mesti diintegrasikan ke dalam agenda edukasi literasi keuangan, karena pemahaman tentang konsep-konsep ini penting untuk memastikan agar layanan keuangan digunakan sebagaimana mestinya.

### Meregulasi suku bunga *peer-to-peer lending*<sup>2</sup>

*Peer-to-peer lending* seringkali memberlakukan suku bunga yang lebih tinggi dari bank (The Insider Stories, 2018). Ini disebabkan dua alasan: 1) untuk menutupi biaya operasional yang tinggi, dan 2) sebagai bentuk manajemen risiko, karena banyak peminjam yang tidak memiliki rekam jejak kredit dan tidak memberi agunan atas pinjaman mereka. Saat ini tidak ada standar untuk suku bunga *peer to peer lending* di Indonesia, yang mengakibatkan tingginya variasi suku bunga yang ditawarkan oleh layanan-layanan *peer to peer lending*. Untuk menghindari praktik rentenir yang akan semakin merugikan masyarakat berpenghasilan rendah, pembuat kebijakan perlu mempertimbangkan untuk menetapkan batas maksimal suku bunga dan mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam hal risiko, biaya, dan penetapan bunga.

### Menyederhanakan proses pengenalan nasabah (KYC) untuk memperluas akses

Asosiasi Fintech Indonesia mencantumkan agar regulasi proses KYC (know-your-customer) secara digital dan lebih fleksibel menjadi prioritas agar tekfin bisa menjadi katalis inklusi keuangan (AFTECH, 2018). Kami menyadari bahwa penelitian kami memang dilakukan di Jawa, tetapi sebagian besar pedagang mikro yang belum memiliki rekening bank, dan yang akan paling banyak diuntungkan dari tekfin, berlokasi di daerah-daerah terpencil di Indonesia. Mekanisme KYC yang lebih sederhana akan menjadikan layanan keuangan digital semakin mudah diakses kelompok masyarakat ini.

<sup>1</sup> Contohnya, lihat Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (OJK, 2017; [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-\(Revisi-2017\)-/SNLKI%20\(Revisi%202017\)-new.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-(Revisi-2017)-/SNLKI%20(Revisi%202017)-new.pdf)) dan Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan (OJK, 2013; [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Perlindungan-Konsumen-Keuangan-Tahun-2013-2027/Strategi%20Perlindungan%20Konsumen%20Keuangan%20\(SPKK\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Perlindungan-Konsumen-Keuangan-Tahun-2013-2027/Strategi%20Perlindungan%20Konsumen%20Keuangan%20(SPKK).pdf))

<sup>2</sup> Mengatur suku bunga pinjaman P2P sudah ada dalam agenda regulator. Lihat <https://www.reuters.com/article/us-indonesia-fintech-regulator/indonesia-eyes-fintech-regulation-to-avoid-loan-shark-like-practices-idUSKCN1GP10B/>.





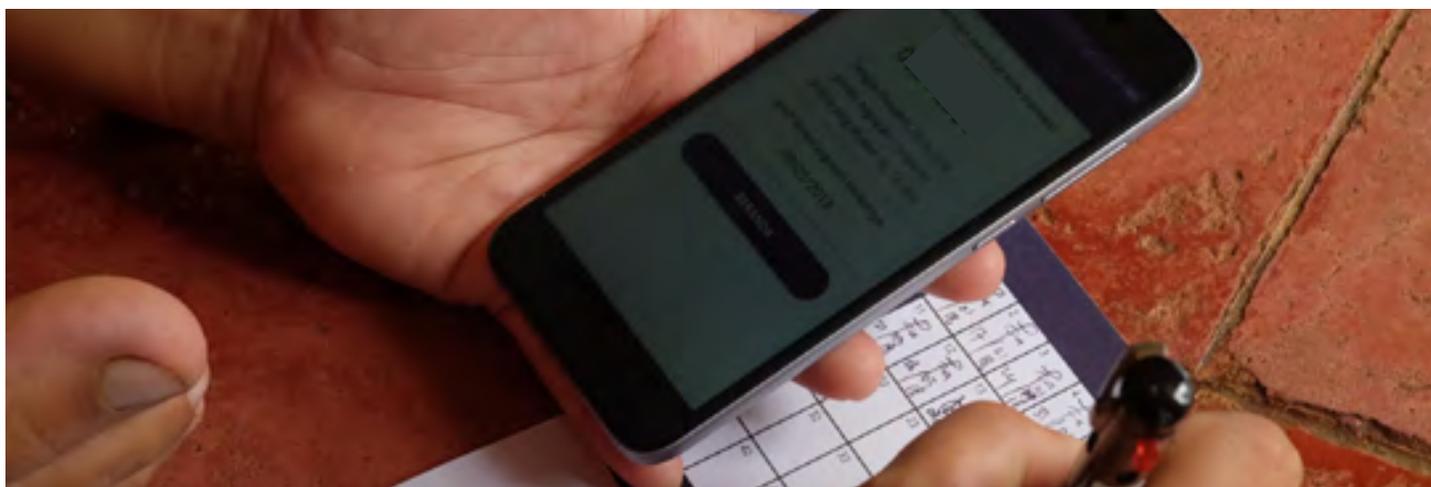
## Langkah ke Depan



“Unsur yang masih luput dalam inklusi keuangan adalah *customer centricity* — mengutamakan nasabah, memahami keinginan dan kebutuhan mereka, berkomunikasi dengan mereka di setiap tahapan, dan belajar dari mereka.”

Ratu Maxima, Utusan Khusus Sekretaris Jenderal Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Keuangan Inklusif demi Pembangunan





Meski mayoritas pengusaha mikro di Indonesia saat ini belum mengakses layanan keuangan formal, penelitian kami tentang pengalaman para pengadopsi awal layanan tekfin — seperti rekening tabungan *mobile*, pembayaran *mobile*, dan *peer-to-peer group lending* — di Jawa mengindikasikan bahwa tekfin berpotensi mempercepat inklusi keuangan untuk usaha mikro. Bagaimana tekfin mengubah atau mendukung usaha dan keseharian pengusaha mikro? Bagaimana kita memanfaatkan tekfin agar pengusaha mikro dapat mengakses layanan keuangan dan tumbuh menjadi lebih tangguh?

## Mengubah perilaku pengelolaan keuangan

Masih terlalu dini untuk menunjukkan dampak penggunaan layanan keuangan digital bagi pengusaha mikro, bukan hanya karena riset kami fokus di Jawa dan tidak bertujuan menjadi representatif secara statistik, tetapi juga karena industri tekfin baru berkembang secara signifikan di Indonesia sejak 2015 (AFTECH, 2017). Kami juga mengakui bahwa pengusaha mikro yang telah lebih dulu mengadopsi tekfin cukup beragam dari segi usia, kecakapan teknologi, serta seberapa aktif mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital. Namun, terlepas segala keterbatasan penelitian ini, kami melihat tanda-tanda perubahan perilaku keuangan di kalangan pengusaha mikro setelah menggunakan tekfin, yang bisa berdampak lebih besar terhadap kehidupan jangka panjang mereka.

### Pengguna bisa didorong agar lebih sering menggunakan layanan keuangan

Mentalitas ‘uang tunai adalah segalanya’ masih mendominasi, namun pengusaha mikro dapat didorong agar lebih sering menggunakan layanan keuangan. Agen berperan paling penting dalam hal ini. Dengan mengenalkan contoh-contoh kasus penggunaan yang relevan serta bertindak sebagai sistem pengingat, pengguna akan lebih sering menggunakan layanan keuangan digital. Insentif, yang telah dibahas secara

dibahas secara rinci dalam Bab 4, juga dapat mendorong agen dan pengguna agar lebih sering menggunakan layanan keuangan digital. Terakhir, pengusaha mikro bersedia aktif menggunakan tekfin jika hal ini mendukung usaha mereka. Misalnya, para pengusaha mikro yang cakap teknologi di wilayah perkotaan antusias menggunakan layanan pembayaran *mobile* apabila hal itu dapat memperluas basis pelanggan mereka. Semakin banyak pengguna layanan keuangan digital di suatu daerah, bertambah pula alasan bagi pedagang mikro untuk menggunakannya.

### Pinjaman tidak hanya digunakan untuk keperluan usaha, tetapi juga sebagai cadangan uang tunai untuk keadaan darurat

Sebagian besar pedagang mikro yang kami temui memulai usaha mereka dengan uang sendiri atau meminjam modal dari jejaring terdekat mereka, seperti keluarga atau teman. Akan tetapi, ketika usaha mereka mulai berkembang dan mereka tidak bisa lagi mengandalkan orang-orang terdekat, mereka beralih pada mekanisme pinjaman yang dikenal dan terpercaya. Dalam penelitian kami, sebagian besar peminjam mengambil kredit dari *peer-to-peer lending group* untuk menjalankan usaha mereka dan menyimpan sisa uang pinjaman sebagai cadangan uang tunai untuk keadaan darurat, seperti ketika anggota keluarga yang jatuh sakit atau pemasukan tidak teratur.

### Mendapatkan pinjaman mampu memberi perempuan kesempatan untuk menjadi pencari nafkah primer atau sekunder

Kami menemukan bahwa banyak pengusaha mikro perempuan membuka usaha warung untuk mendapatkan penghasilan tambahan bagi keluarga mereka. Akan tetapi, mereka kesulitan mempertahankan atau mengembangkan usaha tanpa pinjaman. Sebagian besar pengusaha mikro tidak memenuhi syarat untuk memperoleh pinjaman formal, terlebih bagi pengusaha mikro perempuan di wilayah-wilayah pedesaan. Tekfin memungkinkan mereka untuk mengakses pinjaman mikro dengan persyaratan yang jauh lebih sedikit dan lebih fleksibel daripada alternatif lain yang tersedia, seperti meminjam dari rentenir. Pinjaman ini memungkinkan pengusaha mikro perempuan untuk mempertahankan usaha mereka dan memperoleh cukup uang untuk menutupi kebutuhan sehari-hari keluarga. Baik sebagai pencari nafkah utama atau sekunder, pengusaha mikro perempuan memanfaatkan pinjaman untuk berkontribusi terhadap pendapatan keluarga dengan tetap memiliki fleksibilitas untuk bekerja di rumah sambil mengurus anak-anak mereka.

## Langkah ke depan: mengintegrasikan sisi sosial keuangan ke dalam tekfin

Industri tekfin yang berkembang di Indonesia kini mulai menjangkau pengusaha mikro. Agen, selaku perantara layanan tekfin dan penggunanya, berperan penting dalam memecahkan hambatan dalam adopsi tekfin. Mereka berperan aktif sebagai motivator, pendidik, dan penyedia solusi dalam adopsi dan penggunaan layanan tekfin. Namun, meski dengan bantuan agen, permasalahan layanan tekfin bukan pada adopsi pengguna, melainkan pada retensi.

Retensi hanya akan tercapai apabila layanan tekfin membawa dampak positif terhadap usaha dan keseharian pengusaha mikro. Rekening tabungan *mobile*, yang dapat digunakan untuk menyeter sejumlah kecil uang tunai, dirasa sangat bermanfaat oleh para penggunanya. *Peer-to-peer lending* tentunya menyajikan kasus penggunaan yang kuat karena sebagian besar pengusaha mikro tidak dapat mengakses modal dari lembaga keuangan formal. Untuk layanan pembayaran, pengusaha mikro melihat adanya potensi menggunakan layanan ini dalam jangka panjang, karena memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Riset kami tidak fokus pada jenis layanan tekfin yang perlu dikembangkan, melainkan bagaimana seharusnya suatu



layanan tekfin dirancang agar mampu menjangkau segmen pengusaha mikro. Kami menggarisbawahi empat prinsip desain utama dalam adopsi dan retensi tekfin yang perlu diterapkan oleh setiap jenis layanan tekfin. Informasi tentang tekfin mesti dibuat **aksesibel** (termasuk bagi segmen pengguna yang paling menantang, seperti kelompok lansia, perempuan di pedesaan, dan pengusaha yang semi-melek huruf). Di samping itu, perusahaan-perusahaan tekfin perlu membangun **kepercayaan** (melalui agen dan merek), menyajikan contoh-contoh kasus **penggunaan yang sesuai** (relevan dengan kebiasaan sehari-hari pengusaha mikro), dan memastikan layanan tekfin **terjangkau** (bagi pengusaha yang langsung menghabiskan pengeluaran mereka, jangka waktu boleh jadi lebih penting daripada biaya layanan).

Terakhir, riset kami menyoroti bahwa keuangan adalah kegiatan sosial bagi pedagang mikro, seperti halnya bagi kebanyakan masyarakat yang tidak dijangkau perbankan di Indonesia. Ini jauh berbeda dari pendekatan individual yang digunakan kelas menengah dan atas, segmen yang sudah biasa ditangani para pelaku keuangan dan tekfin untuk mengonsumsi teknologi dan layanan keuangan. Sementara konsumen kelas menengah dan atas bersedia mempelajari fitur-fitur layanan baru yang dapat bermanfaat bagi mereka, pengusaha mikro yang tidak dijangkau perbankan cenderung menggunakan segelintir contoh-contoh kasus yang nyaman bagi mereka dan menghindari fitur-fitur lainnya karena merasa kewalahan. Pengusaha mikro juga cenderung bergantung pada agen dan orang-orang terdekat sehingga mereka bersedia membagikan kata sandi, perilaku yang berisiko tinggi bila dilihat dari perspektif keamanan. Meski perlindungan privasi dan konsumen sudah menjadi agenda prioritas para pembuat kebijakan di ruang tekfin, diperlukan suatu pendekatan kebijakan yang mencakup aspek sosial dari kegiatan keuangan dan mempertimbangkan fakta bahwa masyarakat yang tidak dijangkau perbankan mengandalkan relasi mereka, sehingga potensi tekfin untuk inklusi keuangan di kelompok masyarakat ini dapat diwujudkan.

# Referensi

---

- AFTECH / Indonesia Fintech Association. (2017). Fintech Report 2017. Diakses dari: <https://dailysocial.id/report/post/fintech-report-2017#>
- AFTECH / Indonesia Fintech Association. (2018). FinTech Roadmap to Support Financial Inclusion. Paparan disajikan pada pertemuan Asosiasi Fintech Indonesia, Jakarta, 2018.
- Alliance for Financial Inclusion. (2016). Digital Financial Services Basic Terminology. Diakses dari: <https://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2016-08/Guideline%20Note-19%20DFS-Terminology.pdf>
- Center for Financial Inclusion. (2011). Opportunities and Obstacles to Financial Inclusion. Diakses dari: [https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/07/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion\\_110708\\_final.pdf](https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/07/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion_110708_final.pdf)
- CGAP. (2014). Insights into action: What human-centered design means for financial inclusion. Diakses dari: [http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP\\_Insights\\_into\\_Action\\_final.pdf](http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP_Insights_into_Action_final.pdf)
- Chien, J. (2012). Designing Disclosure Regimes for Responsible Financial. Diakses dari: <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Designing-Disclosure-Regimes-for-Responsible-Financial-Inclusion-Mar-2012.pdf>
- Dalberg. (2016). Small Merchant big opportunity. Diakses dari: <https://www.dalberg.com/system/files/2017-07/Small-merchants-big-opportunity.pdf>
- Deloitte. (2015). The future is now Digital Financial Services in Indonesia. Diakses dari: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/sg/Documents/financial-services/sea-fsi-digital-financial-services-in-Indonesia-noexp.pdf>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fin-tech Revolution. Washington, DC: World Bank. Diakses dari: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/9781464812590.pdf>
- Digital News Asia. (2018). Indonesia leads financial inclusion progress: Global Findex 2017. Diakses dari: <https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/indonesia-leads-financial-inclusion-progress-global-findex-2017>
- Hall, H., & Khan, B. (2002). Adoption of New Technology. New Economy Handbook. Hall and Khan
- IDEO (n.d.), HCD Human Centered Design Toolkit, 2nd edition.
- International Finance Corporation. (2016). Women-owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions Market Research Study. Diakses dari: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/region\\_ext\\_content/ifc\\_external\\_corporate\\_site/east+asia+and+the+pacific/resources/women-owned+smes+in+indonesia+a+golden+opportunity+for+local+financial+institutions](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/region_ext_content/ifc_external_corporate_site/east+asia+and+the+pacific/resources/women-owned+smes+in+indonesia+a+golden+opportunity+for+local+financial+institutions)

- LPPI - Indonesian Banking Development Institute and Bank of Indonesia. (2015). Business Profile of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSMEs). Jakarta. Diakses dari: <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>
- Mazer, R., Carta, J., & Kaffenberger, M. (2014). Informed Consent How Do We Make It Work for Mobile Credit Scoring? CGAP. Diakses dari: <http://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Informed-Consent-in-Mobile-Credit-Scoring-Aug-2014.pdf>
- Michael, M., & Zimmer, T. (2014). Mobilizing Banking for Indonesia's Poor. Diakses dari: <http://fletcher.tufts.edu/~media/Fletcher/Microsites/IBGC/Student%20Research/Mobilizing%20Banking%20for%20Indonesias%20Poor.pdf>
- MicroSave Helix Institute of Digital Finance. (2017). Agent Network Accelerator Research, Indonesia Country Report. Diakses dari: <http://www.helix-institute.com/sites/default/files/Publications/ANA%20Indonesia.pdf>
- Ministry of Cooperative SMEs Indonesia. (2014). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013. Diakses dari: [http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx\\_rtgfiles/sandingan\\_data\\_umkm\\_2012-2013.pdf](http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2012-2013.pdf)
- O'Grady, J. V., & O'Grady, K. V. (2006). A Designer's Research Manual, 2nd edition, Updated and Expanded: Succeed in design by knowing your clients and understanding what they really need. Massachusetts: Rockport Publishers.
- OJK Otoritas Jasa Keuangan. (2014). Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka keuangan inklusif. Diakses dari: <https://www.ojk.go.id/Files/201411/>
- OJK Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Mendorong Inklusi Keuangan Melalui Pemanfaatan Sistem Digital. Disajikan pada Diskusi Publik tentang inklusi keuangan dan kesetaraan ekonomi di kantor Kementerian Koordinasi Perekonomian, Jakarta, 14 February 2018.
- Oliver Wyman & Microsave. (2017). Accelerating Financial Inclusion in South-East Asia with Digital Finance. Diakses dari: <https://www.adb.org/publications/financial-inclusion-south-east-asia-digital-finance>
- PriceWaterhouseCoopers. (2017). PwC Puts Indonesia on its fastest-growing economies list. Diakses dari: <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/pwc-puts-indonesia-on-its-fastest-growing-economies-list/item8180>
- The Insider Stories. (2018). Policy Review: Fintech and Accusation as 'Modern Loan Shark. Diakses dari: <https://theinsiderstories.com/fintech-and-accusation-as-modern-loan-shark/>
- Wein, T., Musya, M., Mazer, R., & Vidal, M.F. (2017). Do Peer-to-Peer Lenders Understand Risk? CGAP blog post March 30, 2017. Diakses dari: <http://www.cgap.org/blog/do-peer-peer-lenders-understand-risk>

## Daftar Singkatan

---

<b>ATM</b>	Anjungan Tunai Mandiri
<b>BSA</b>	Basic Savings Account
<b>BI</b>	Bank Indonesia
<b>FMCG</b>	Fast-moving consumer goods
<b>KYC</b>	Know Your Customer
<b>OJK</b>	Otoritas Jasa Keuangan
<b>PDB</b>	Produk Domestik Bruto
<b>PDA</b>	Personal Digital Assistant
<b>UMKM</b>	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

## Glosarium

---

**Adopsi:** Proses memilih, mendapatkan, dan menggunakan temuan atau inovasi baru

**Agen:** Pihak ketiga yang bertindak mewakili bank atau penyedia [layanan tekfin] lainnya untuk berhubungan langsung dengan nasabah. Agen biasanya berbasis di lokasi-lokasi usaha ritel (seperti apotek, toko kecil, dan SPBU), yang menerima komisi untuk setiap jasa yang mereka fasilitasi, misalnya penyetoran dan penarikan uang, transfer, dan pendaftaran nasabah baru

**Banked:** Orang-orang yang memiliki rekening bank, atau terjangkau perbankan

**Barang konsumsi yang bergerak cepat:** Produk-produk ritel yang dijual cepat dan dengan biaya yang relatif rendah. Contohnya barang dengan tanggal kadaluarsa seperti minuman ringan, perlengkapan mandi, obat yang dijual bebas, makanan olahan dan bahan habis pakai lainnya

**Tekfin:** Teknologi finansial yang diartikan sebagai penggunaan teknologi dan model-model bisnis inovatif dalam penyediaan layanan keuangan

**Inklusi keuangan ideal:** Keadaan saat semua orang memiliki akses ke layanan keuangan yang berkualitas, menyeluruh, dan terjangkau, dengan mudah dan bermartabat. Layanan keuangan tersebut diberikan oleh sejumlah penyedia, sebagian besarnya dari sektor swasta, dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk penyandang disabilitas, miskin, pedesaan, dan populasi terpinggirkan lainnya (Center for Financial Inclusion, 2018). Inklusi keuangan seringkali divalidasi dengan persentase populasi (dewasa) yang mempunyai rekening bank. Tetapi, karena memiliki akses ke layanan keuangan tidak sama dengan menggunakannya secara aktif, Global Findex memakai dua indikator, yaitu memiliki akses dan menggunakan layanan keuangan, untuk mengukur inklusi keuangan

**Institusi Keuangan Mikro:** Suatu organisasi yang menawarkan jasa keuangan (seperti pinjaman, asuransi, dan setoran) untuk masyarakat berpenghasilan rendah

**Jejak keuangan digital:** Rekam data keuangan yang diakumulasi konsumen melalui transaksi dan perilaku lain yang dilakukan melalui saluran digital

**Pengenalan Nasabah (Know Your Customer):** Juga dikenal dengan sebutan uji tuntas nasabah. Bentuk standar digunakan untuk menentukan toleransi risiko seorang klien, pengetahuan seputar investasi, dan posisi keuangan

**Laku Pandai:** Program perbankan tanpa kantor cabang di Indonesia yang bertujuan menyediakan layanan-layanan keuangan dasar, contohnya pembukaan rekening bank, penyetoran, penarikan, transfer uang, dll melalui agen

**Layanan keuangan digital:** Berbagai layanan keuangan yang diakses dan disampaikan melalui saluran-saluran digital, termasuk pembayaran, kredit, tabungan, pengiriman uang, dan asuransi

**Pembayaran *mobile*:** Pembayaran atas barang, jasa, tagihan, dan faktur, menggunakan perangkat *mobile* (contohnya telepon seluler, ponsel pintar, komunikasi jarak-dekat, asisten digital pribadi atau PDA) dari satu atau lebih sumber penyimpanan dana dengan memanfaatkan teknologi komunikasi nirkabel, jarak dekat, dan lain-lain. Perangkat *mobile* bisa digunakan di berbagai skenario pembayaran, seperti pembayaran untuk konten digital, jasa, barang, atau untuk mengakses layanan pembayaran elektronik untuk melunasi tagihan dan faktur

**Peer-to-peer lending:** Platform yang memungkinkan nasabah melakukan pinjam-meminjam dalam jumlah sangat kecil. Apabila pinjaman difasilitasi platform sebagai perantara, ada pihak ketiga yang akan menangani credit scoring dan proses penerbitan dan penagihan pinjaman, serta berbagi laba dengan pemberi pinjaman

**Peer to peer group lending:** Strategi group lending dengan memanfaatkan mekanisme jaminan kelompok sebagai “pemantauan sejawat” untuk memastikan pinjaman dilunasi tepat waktu

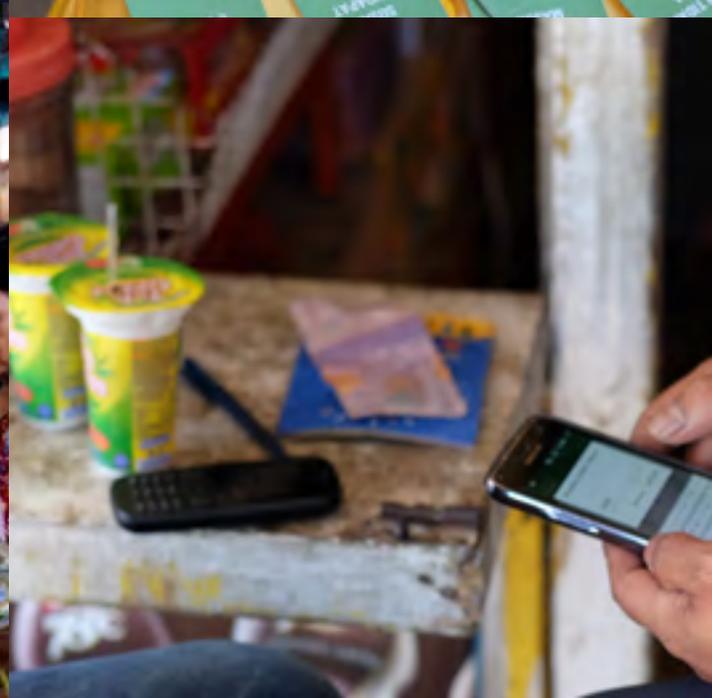
**Pengusaha/ pegiat usaha/ pelaku usaha mikro:** Setiap orang yang bekerja pada atau memiliki usaha mikro

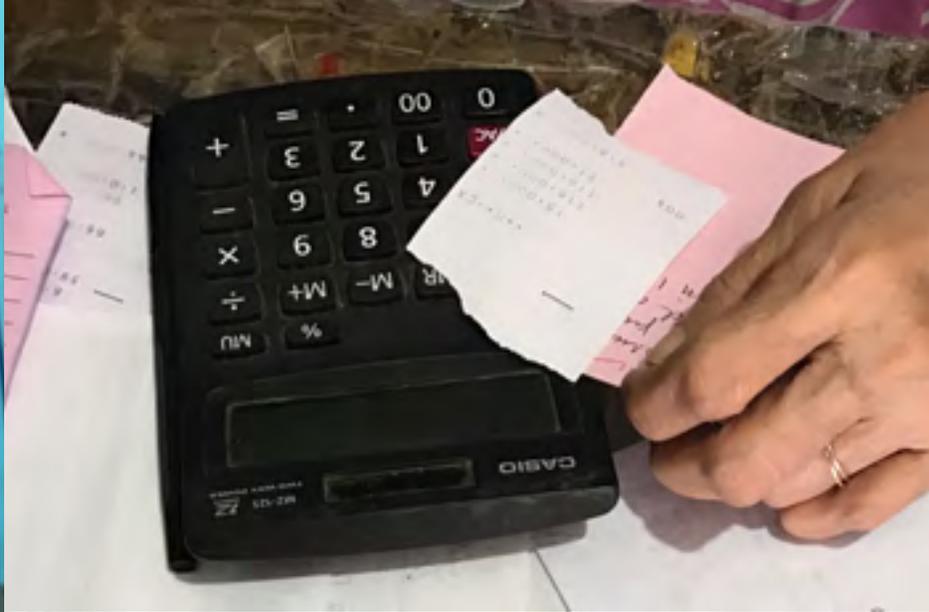
**Sacrificial Concept / Konsep Uji Coba:** Sebuah gagasan atau solusi yang diciptakan untuk membantu memahami suatu persoalan lebih jauh. Sebagai prototipe, ia tak harus layak atau memungkinkan, mengingat satu-satunya tujuan ia dibuat adalah memahami lebih dalam. Konsep uji coba yang baik mampu memantik percakapan, mendorong peserta untuk bercerita dengan lebih spesifik

**Unbanked:** Orang-orang yang tidak memiliki rekening bank atau tidak dijangkau perbankan termasuk nasabah lembaga keuangan mikro nonbank, baik formal maupun nonformal

**Usaha mikro:** Usaha produktif milik perorangan atau sekelompok orang, dengan aset bersih senilai maksimal Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi bisnis) atau pendapatan penjualan tahunan sama dengan atau lebih kecil dari Rp300 juta

**Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:** Sekelompok perusahaan yang terdiri dari entitas usaha terkecil hingga usaha menengah, sesuai ketentuan masing-masing negara. Di Indonesia, usaha kecil adalah entitas usaha dengan pendapatan tahunan berkisar Rp300 juta – Rp2,5 miliar, sedangkan usaha menengah berpendapatan Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar per tahun.











# PULSE STORIES

**Menggali Potensi Teknologi Finansial:  
Inklusi Keuangan untuk Usaha Mikro di Indonesia**