

## KAJIAN KETERKAITAN ANTARA TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP *BRANCHLESS BANKING* DENGAN VARIABEL DEMOGRAFI

<sup>1</sup>Sri Widiyati, <sup>2</sup>Th.Tyas Listyani, <sup>3</sup>Embun Duriyany, <sup>4</sup>Muh.Rois

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang,  
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang, Semarang, 50275  
wiwidsoemodipoero@yahoo.co.id

### ABSTRAK

Di era gital, pemain bisnis keuangan berbasis teknologi banyak bermunculan. Mensikapi situasi tersebut, perbankan melakukan inovasi pelayanan melalui *Branchless Banking* (BB). Perlindungan pada pelanggan terhadap kemungkinan risiko penipuan serta hilangnya privasi merupakan hal yang menjadi pertimbangan bagi nasabah BB. Untuk itu unsur **kepercayaan konsumen** menjadi vital bagi pelayanan BB. Permasalahan penelitian adalah bagaimana korelasi antara variabel demografi dengan tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking*. Pengambilan sampel secara purposive sampling dan data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan tabulasi silang serta Chi Squared. Hasil uji statistik memperlihatkan bahwa variabel gender tidak berkorelasi dengan tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* sedangkan variabel pekerjaan, pendidikan dan usia memiliki korelasi dengan tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking*.

Kata Kunci : *Branchless Banking*; inovasi; perbankan, digital

### PENDAHULUAN

Industri perbankan merupakan pilar ekonomi. Derajat kepercayaan nasabah akan menentukan keberlanjutan industri perbankan. Di era digitalisasi, pemain bisnis keuangan berbasis teknologi banyak bermunculan yang merupakan pesaing bagi industri perbankan. Mensikapi hal tersebut, inovasi pelayanan industri perbankan dilakukan dengan adanya *Branchless Banking* (BB).

Dalam aplikasi BB terdapat dua model yang umum yakni **bank based model** dan **non bank based model**. Selain itu terdapat **hybrid model** yang merupakan perpaduan antara **bank based model** dengan **non bank based model** ( Wibowo : 2013 ). Pada **bank based model**, bank pencipta produk dan jasa keuangan namun pendistribusian dilakukan melalui retail agen yang mengelola semua atau hampir semua interaksi dengan nasabah. Bank memiliki peran dari proses perijinan awal, pelaksanaan operasional, pengelolaan finansial dan sistem. Sementara perusahaan telko berperan menyediakan jaringan/saluran infrastruktur untuk melakukan transaksi layanan perbankan. Perusahaan telko mendapatkan fee dari penggunaan jaringan oleh nasabah. Jenis saluran distribusi layanan adalah *retail agent* dan *mobile banking* yang disediakan oleh bank.

**Mobile Finance Services (non-bank based model)** .Layanan Mobile Financial Services (MFC) yang disediakan adalah *mobile banking* yang merupakan pengembangan dari layanan perbankan. Penerapan **bank based model** di Indonesia dapat dijumpai dalam layanan *mobile banking* yang ditawarkan oleh sebagian besar bank yang beroperasi saat ini.

Skema *Hybrid Led* adalah skema penyelenggaraan BB dimana terdapat kerjasama antara bank dan institusi non bank dalam bentuk *joint venture* maupun *partnership*, untuk menyediakan layanan perbankan penuh bagi nasabah melalui telpon genggam. Jasa yang terkait dengan jaringan komunikasi seperti pengiriman uang lewat SMS, pengisian saldo elektronik menjadi tanggung jawab sementara pihak bank bertanggung jawab dengan jasa-jasa mobile banking seperti pengelolaan simpanan, transfer antar rekening dan sebagainya.

Kehadiran BB akan menjangkau masyarakat luas, memudahkan akses layanan keuangan tanpa batas waktu maupun tempat serta biaya perbankan menjadi lebih efisien (Chaudhry AA, Parviez A dan Javed Y : 2016). Masyarakat marjinal yang belum mendapat layanan perbankan tradisional (*unbanked people*) dapat menikmati produk dan jasa bank melalui keberadaan BB. Pemanfaatan agen dan *electronic banking* secara bersamaan berdampak positif pada kinerja perbankan dan kedua strategi merupakan strategi saling melengkapi/komplementer (Gift Kimonge Dzombo, James M. Kilika dan James Maingi : 2017). BB juga mampu mengubah tingkat kesejahteraan penduduk miskin (*poor people*) melalui peningkatan tabungan, konsumsi, standar kehidupan (Sowmya Hegde dan Veena D Kotian : 2016). Dengan demikian strategi BB berdampak positif bagi kinerja bank dan juga nasabahnya.

Nasabah bank pada umumnya merupakan generasi *baby boomers* (lahir 1946-1964), generasi X (lahir 1965-1979), generasi Y dan Z yang merupakan generasi millenia. Perbedaan generasi memiliki perbedaan personality, pandangan serta nilai-nilai kehidupan (*value*). Generasi millenia adalah generasi yang lahir pada era internet dan telah mengakses perkembangan dan kemudahan teknologi. Teknologi adalah pilar kehidupan generasi tersebut dan generasi sebelumnya adalah generasi migran digital. Generasi X memanfaatkan teknologi untuk mencapai sesuatu dan generasi millenia menganggap teknologi menjadikan pekerjaan menjadi lebih baik (Sezin Baysal Berkup : 2014).

Perbedaan generasi berdampak pada daya adopsi terhadap layanan bank terkini. Pada hakekatnya konsumen akan menerima model pelayanan perbankan apabila rasa nyaman diperoleh dan akan menolak jika kekawatiran yang dihadapi. Perlindungan pada pelanggan terhadap kemungkinan risiko penipuan yang muncul serta hilangnya privasi merupakan hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen (Chaudhry AA, Parviez A dan Javed Y : 2016). Untuk itu unsur **kepercayaan konsumen** menjadi hal yang sangat penting bagi pelayanan BB.

Tingkat kepercayaan awal konsumen terhadap layanan BB akan menentukan keberlanjutan penggunaan layanan BB. Apabila pada saat awal menggunakan layanan BB, konsumen merasa puas maka muncullah tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan yang semakin meningkat akan menentukan komitmen masa depan konsumen untuk menggunakan layanan BB (Popoola Naimat F : 2013).

Kepercayaan merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan komitmen maupun janji. Janji maupun komitmen dapat dilakukan jika suatu itu berarti. Konsumen akan percaya jika penyedia jasa dapat dipercaya. Menurut Oleysker (2006), kepercayaan menggambarkan pengakuan akan sesuatu yang diyakini. Kepercayaan dapat muncul karena ada pengalaman dan juga adanya nama baik.

Terdapat tiga elemen yang membentuk persepsi kepercayaan yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence* (McKnight et al : 2002). *Benevolence* (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada

konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen. *Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen. *Competence* (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

*Trust* dikategorikan menjadi *knowledge based trust*, *calculative trust*, *personality based trust*, *institution based trust* dan *cognition based trust* (Chaudhry AA dan kawan-kawan :2016). *Knowledge based trust* berkaitan dengan derajat kepercayaan antara *trustor* dengan *trustee*. Pengetahuan yang dimiliki oleh *trustor* dapat digunakan untuk memprediksi perilaku *trustee*. *Calculative trust*, unsur kalkulasi memegang peran penting. Jika *trustor* memperoleh keuntungan dari *trustee* maka *trust* akan muncul. *Personality based trust* adalah kepercayaan yang muncul dari seseorang jika rasa aman, perlindungan, jaminan dirasakan. Maka pemberi rasa aman, perlindungan maupun jaminan akan dipercaya. *Institution based trust*, akan muncul jika institusi mampu memberikan perlindungan akan resiko pada berbagai situasi. Sedangkan *cognition based trust* adalah kepercayaan akan muncul pada kesan pertama interaksi dengan orang atau kesan pertama menggunakan suatu produk. Kesan yang membekas akan mempengaruhi tingkat kepercayaan.

Karakteristik orang yang memiliki *trust* adalah *consistency*, *compassion*, *communication* dan *competency*. *Consistency*, yaitu pemberian ketetapan yang sama bagi semua orang dan dengan demikian tingkat keyakinan seseorang menjadi semakin besar karena adanya rasa aman. *Compassion*, yaitu kepedulian yang tinggi yang membuat nyaman seseorang sehingga tidak ada yang dirugikan. *Communication*, adanya keterbuka meskipun ada batas-batas menjaga kerahasiaan. *Competency*, keahlian yang dimiliki sehingga konsistensi dalam menjalankan pekerja (Chaudhry AA dan kawan-kawan : 2016)

Menurut Chaudhry AA dan kawan-kawan (2016) , terdapat enam faktor yang mendapat perhatian dalam membentuk kepercayaan konsumen. Faktor tersebut adalah *perceived financial cost*, *perceived credibility*, *structure assurance*, *reputasi*, *service quality*, *system quality*. Diantara variabel tersebut hanya dua yang tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen yakni *system quality* dan *service quality*.

Semestara Popoola Naimat F (2013) mencermati tingkat kepercayaan masyarakat Nigeria terhadap internet banking. Hal yang menjadi perhatian adalah *security issue*, *bank reputation*, *information technology and institution based trust*. Hasil studi memperlihatkan bahwa masyarakat Nigeria mengalami kurangnya kepercayaan (*lack trust*) terhadap internet banking karena empat faktor tersebut yakni *security issue*, *bank reputation*, *information technology and institution based trust*.

Muneesh Kumar, Mamta Sareen, Eric Barquissau (2012) mencermati kepercayaan dari sudut institusi dalam rangka penggunaan internet banking. Hal yang menentukan terhadap *Institution based trust* adalah *quality*, *assurance*, *benevolent policies* dan *security*. Hasil studi menyimpulkan bahwa *benevolent policies* paling dominan terhadap tingkat kepercayaan pada institusi dalam rangka penggunaan internet banking.

Dari berbagai hasil penelitian di atas, **belum terlihat** adanya variabel demografi yang menjadi penentu tingkat kepercayaan terhadap BB. Variabel demografi seperti gender, usia, pekerjaan, pendidikan memiliki peran dalam tingkat kepercayaan. Maka pada penelitian ini akan mengkaitkan antara variabel demografi dengan tingkat kepercayaan terhadap BB, sehingga permasalahan penelitian bagaimana korelasi antara variabel demografi dengan tingkat kepercayaan terhadap BB.

#### METODE PENELITIAN

Responden adalah pengguna *Branchless Banking* (BB) di Semarang. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Kriteria yang digunakan adalah pengguna telah menggunakan BB lebih dari 1 bulan. Dengan kriteria ini diharapkan responden telah memiliki pengalaman mengkonsumsi BB.

Untuk menentukan jumlah sampel jika populasi tidak diketahui dapat menggunakan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} \text{ di mana :}$$

n : jumlah sampel

z : tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel  
95 % = 1,96

moe : margin of error atau kesalahan maksimal yang bisa ditolerir  
10 %

Maka dari perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100. \text{ Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak } 100 \text{ responden.}$$

Pengambilan data menggunakan kuestioner dan *depth interview*. **Kuestioner didesain dengan pertanyaan tertutup** dimana sudah ada alternatif jawaban dan pertanyaan terbuka. Kuestioner dibagi menjadi dua bagian. *Depth interview*. Wawancara mendalam dilakukan dengan cara bertatap muka dengan atau tanpa menggunakan kuestioner dengan tujuan untuk mendapat informasi yang akan mendukung jawaban dari kuestioner. Wawancara dilakukan dengan sebagian responden.

Analisis data digunakan uji validitas dan ujireliabilitas serta uji Chi Squared. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur atau memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Instrumen yang diukur dalam

hal ini adalah indikator-indikator variabel dari variabel laten yang telah dikembangkan. Untuk mengukur jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk laten yang dikembangkan dapat digunakan pengukuran variance extract. Nilai variance extract yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator itu telah mewakili secara baik konstruk laten yang dikembangkan dan nilai V.E ini minimum 0,5.

Daftar pertanyaan yang reliable adalah daftar pertanyaan yang apabila dicobakan pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama, artinya tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima jika nilai Cronbach Alpha > 0,6. (Ghozali, 2011)

Uji Chi Square. Uji ini digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel sosial ekonomi dengan faktor penentu kepercayaan konsumen menggunakan BB. Uji Chi Square (dilambangkan dengan " $\chi^2$ ") digunakan untuk menguji dua kelompok data baik variabel independen maupun dependennya berbentuk kategorik.

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden

Dilihat dari jenis kelamin, 44 % responden adalah laki-laki dan 56 % adalah perempuan. Usia responden berkisar dari kurang dari 24 tahun sampai 65 tahun ke atas. Jumlah yang lebih besar 65 tahun ada 5 orang. Usia antara 25 tahun - 54 tahun ada 76 orang. Responden pada umumnya pada usia produktif. Pekerjaan responden bervariasi yaitu mahasiswa, PNS, pegawai swasta, ibu rumah tangga dan pensiunan. Tingkat pendidikan responden SLTA, D3, S1, S2 dan S3.

### **Hubungan antara Variabel Gender dengan Tingkat Kepercayaan terhadap *Branchless Banking***

Dari tabel 2 terlihat Jumlah responden terdiri dari 44 orang laki-laki dan 56 orang perempuan. Berdasarkan hasil olah data, tingkat kepercayaan responden terhadap BB dikategorikan rendah, sedang dan tinggi. 6 % responden memiliki tingkat kepercayaan terhadap BB adalah rendah, 31 % tingkat kepercayaannya sedang dan lebih dari lima puluh persen (63 %) memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank tanpa kantor.

Berdasarkan jenis kelamin, hanya 2,3 % (1 responden) mempunyai tingkat kepercayaan yang rendah, 25 % (11 responden) dengan tingkat kepercayaan sedang dan sisanya 72,7 % (32 responden) mempunyai tingkat kepercayaan tinggi. Sedangkan pada jenis kelamin perempuan, dari 56 responden, 5 responden memiliki tingkat kepercayaan rendah, 25 responden dengan tingkat kepercayaan sedang dan sisanya 31 orang tingkat kepercayaan tinggi terhadap BB. Hasil tabulasi silang di atas dapat disimpulkan bahwa lebih dari 50 % responden percaya terhadap keberadaan BB.

**Tabel 1 Hubungan Antara Gender dengan Tingkat Kepercayaan Terhadap  
*Branchless Banking***

		Tingkat Kepercayaan			T o t a l
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Gender Laki-laki	Count	1	11	32	44
	Expected Count	2,6	13,6	27,7	44,0
	% within Gender	2,3%	25,0%	72,7%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	16,7%	35,5%	50,8%	44,0%
	% of Total	1,0%	11,0%	32,0%	44,0%
Perempuan	Count	5	20	31	56
	Expected Count	3,4	17,4	35,3	56,0
	% within Gender	8,9%	35,7%	55,4%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	83,3%	64,5%	49,2%	56,0%
	% of Total	5,0%	20,0%	31,0%	56,0%
Total	Count	6	31	63	100
	Expected Count	6,0	31,0	63,0	100,0
	% within Gender	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	100,0%	100,0%	100%	100,0%
	% of Total	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%

Sumber :Hasil Olah Data Tahun 2019

Hipotesa yang diajukan :

H0 : Tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan gender.

H1 : Ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan gender. Untuk menguji hipotesa digunakan Chi Squared test. Hasil Chi Squared test menunjukkan nilai 3,912 dengan probabilitas signifikansi 0,141. Nilai signifikansi  $0,141 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara gender dengan tingkat kepercayaan terhadap BB.

Hal ini dikarena laki-laki maupun perempuan memiliki kebutuhan dan mengkonsumsi layanan perbankan tanpa kantor seperti ATM, mobile Banking, SMS Banking, Internet Banking. Fasilitas yang diberikan industri perbankan yang memberikan kemanfaatan, kemudahan, kenyamanan yang dapat dirasakan tanpa memperhatikan jenis kelamin. Dilihat dari sisi risiko, kemungkinan masalah berkaitan dengan BB yang munculpun tidak ada kaitan dengan jenis kelamin.

Hubungan antara Variabel Pekerjaan dengan Tingkat Kepercayaan terhadap *Branchless Banking*

Profesi responden mulai mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, ibu rumah tangga serta pensiunan. Mahasiswa biasa lebih mudah untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi. Adanya bank tanpa kantor direspon mahasiswa dengan baik. Hal ini terlihat pada tabel 2 bahwa responden mahasiswa lebih dari 50 %, tingkat kepercayaan terhadap BB adalah tinggi.

Mereka yang telah bekerja baik pegawai negeri maupun pegawai swasta, dunia perbankan merupakan salah satu partner untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan seperti pembayaran, transfer, cek saldo dan sebagainya. Keberadaan fasilitas perbankan yang berupa bank tanpa kantor memberikan kemudahan dan transaksi perbankan dapat dilakukan setiap saat dan di manapun. Hasil survey memperlihatkan bahwa baik pegawai swasta dan pegawai negeri tingkat kepercayaan terhadap BB dari tingkat sedang sampai tinggi. Lebih dari 50 % responden mempunyai tingkat kepercayaan terhadap BB adalah tinggi.

Responden ibu rumah tangga dan pensiunan memiliki tingkat kepercayaan terhadap BB dari rendah hingga tinggi. Tingkat kepercayaan tinggi kurang dari 50 %. Hal ini dimungkinkan karena mereka lebih nyaman pada fasilitas tradisional yang diberikan perbankan.

Hipotesa yang diajukan :

H0 : Tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan pekerjaan.

H1 : Ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan pekerjaan.

Variabel pekerjaan ada kaitan dengan tingkat kepercayaan terhadap keberadaan BB. Hal ini diperkuat dengan hasil test Chi Square yang memperlihatkan bahwa ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan pekerjaan ( probabilitas signifikansi 0.00 sehingga hipotesa yang berbunyi tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dtingkat kepercayaan terhadap BB ditolak.Nilai Pearson Chi Square 29,378.

**Tabel 2 Hubungan Antara Pekerjaan Dengan Tingkat Kepercayaan Terhadap  
*Branchless Banking***

			Tingkat Kepercayaan			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Pekerjaan	Mahasiswa	Count	0	5	15	20
		Expected Count	1,2	6,2	12,6	20,0
		% within Pekerjaan	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	16,1%	23,8%	20,0%
		% of Total	0,0%	5,0%	15,0%	20,0%
PNS		Count	0	12	16	28
		Expected Count	1,7	8,7	17,6	28,0
		% within Pekerjaan	0,0%	42,9%	57,1%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	38,7%	25,4%	28,0%
		% of Total	0,0%	12,0%	16,0%	28,0%
Swasta		Count	0	8	24	32
		Expected Count	1,9	9,9	20,2	32,0
		% within Pekerjaan	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	25,8%	38,1%	32,0%



**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat  
Polines - 2019**

		% of Total	0,0%	8,0%	24,0%	32,0%
Ibu Rumah Tangga	Count		3	3	5	11
	Expected Count		,7	3,4	6,9	11,0
	% within Pekerjaan		27,3%	27,3%	45,5%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan		50,0%	9,7%	7,9%	11,0%
	% of Total		3,0%	3,0%	5,0%	11,0%
Pensiunan	Count		3	3	3	9
	Expected Count		,5	2,8	5,7	9,0
	% within Pekerjaan		33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan		50,0%	9,7%	4,8%	9,0%
	% of Total		3,0%	3,0%	3,0%	9,0%
Total	Count		6	31	63	100
	Expected Count		6,0	31,0	63,0	100,0
	% within Pekerjaan		6,0%	31,0%	63,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		6,0%	31,0%	63,0%	100,0%

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2019

Hubungan antara Variabel Pendidikan dengan Tingkat Kepercayaan terhadap *Branchless Banking*

Tingkat pendidikan dimulai dari SLTA,D3,S1,S2 dan S3. Diasumsikan semakin tinggi tingkat pendidikan maka seseorang akan lebih mudah menerima perubahan. Hasil olah data menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan tinggi terhadap BB bagi responden dengan tingkat pendidikan SLTA,D3,S1,S2 adalah sebagai berikut : 50 %; 56,5 %; 56.7 %; 88 %. Dilihat dari keseluruhan responden, hanya 6 % dengan tingkat kepercayaan rendah; 31 % dengan tingkat kepercayaan sedang dan 63 % dengan tingkat kepercayaan tinggi. Untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* dengan pendidikan digunakan test *Chi Square*. Nilai Pearson Chi Square sebesar 16,196 dengan tingkat

probabiliti signifikasi sebesar 0.04 berarti H0 yang berbunyi tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap BB dengan tingkat pendidikan ditolak.

Tabel 3 Hubungan Antara Variabel Pendidikan dengan Tingkat Kepercayaan terhadap *Branchless Banking*

			T i n g k a t   K e p e r c a y a a n			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Pendidikan	SLTA	Count	1	6	7	14
		Expected Count	,8	4,3	8,8	14,0
		% within Pendidikan	7,1%	42,9%	50,0%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	16,7%	19,4%	11,1%	14,0%
		% of Total	1,0%	6,0%	7,0%	14,0%
D3		Count	4	6	13	23
		Expected Count	1,4	7,1	14,5	23,0
		% within Pendidikan	17,4%	26,1%	56,5%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	66,7%	19,4%	20,6%	23,0%
		% of Total	4,0%	6,0%	13,0%	23,0%
S1		Count	1	12	17	30
		Expected Count	1,8	9,3	18,9	30,0
		% within Pendidikan	3,3%	40,0%	56,7%	100,0%
		% within Tingkat Kepercayaan	16,7%	38,7%	27,0%	30,0%
		% of Total	1,0%	12,0%	17,0%	30,0%
S2		Count	0	3	22	25

**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat  
Polines - 2019**

	Expected Count	1,5	7,8	15,8	25,0
	% within Pendidikan	0,0%	12,0%	88,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	9,7%	34,9%	25,0%
	% of Total	0,0%	3,0%	22,0%	25,0%
S3	Count	0	4	4	8
	Expected Count	,5	2,5	5,0	8,0
	% within Pendidikan	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	12,9%	6,3%	8,0%
	% of Total	0,0%	4,0%	4,0%	8,0%
Total	Count	6	31	63	100
	Expected Count	6,0	31,0	63,0	100,0
	% within Pendidikan	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2019

		Tingkat Kepercayaan			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Usia <24 Tahun	Count	0	4	7	11
	Expected Count	,7	3,4	6,9	11,0
	% within Usia	0,0%	36,4%	63,6%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	12,9%	11,1%	11,0%
	% of Total	0,0%	4,0%	7,0%	11,0%

**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat  
Polines - 2019**

25 Tahun -34 Tahun	Count	0	4	16	20
	Expected Count	1,2	6,2	12,6	20,0
	% within Usia	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	0,0%	12,9%	25,4%	20,0%
	% of Total	0,0%	4,0%	16,0%	20,0%
35 Tahun -44 Tahun	Count	1	8	16	25
	Expected Count	1,5	7,8	15,8	25,0
	% within Usia	4,0%	32,0%	64,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	16,7%	25,8%	25,4%	25,0%
	% of Total	1,0%	8,0%	16,0%	25,0%
45 Tahun -54 Tahun	Count	1	11	19	31
	Expected Count	1,9	9,6	19,5	31,0
	% within Usia	3,2%	35,5%	61,3%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	16,7%	35,5%	30,2%	31,0%
	% of Total	1,0%	11,0%	19,0%	31,0%
55 Tahun - 64 Tahun	Count	2	3	3	8
	Expected Count	,5	2,5	5,0	8,0
	% within Usia	25,0%	37,5%	37,5%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	33,3%	9,7%	4,8%	8,0%
	% of Total	2,0%	3,0%	3,0%	8,0%
> 65 Tahun	Count	2	1	2	5
	Expected Count	,3	1,6	3,2	5,0
	% within Usia	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%
	% within Tingkat Kepercayaan	33,3%	3,2%	3,2%	5,0%
	% of Total	2,0%	1,0%	2,0%	5,0%
Total	Count	6	31	63	100
	Expected Count	6,0	31,0	63,0	100,0

**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat  
Polines - 2019**

% within Usia	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%
% within Tingkat Kepercayaan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% of Total	6,0%	31,0%	63,0%	100,0%

Tabel 4 Hubungan antara Variabel Usia dengan Tingkat Kepercayaan terhadap *Branchless Banking*

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2019

Pada tabel di bawah ini, dari 100 responden, 63 % memiliki tingkat kepercayaan terhadap BB tergolong tinggi dan 31 % tergolong sedang. Responden dengan usia kurang dari 24 tahun, daya adopsi terhadap teknologi biasanya relatif lebih tinggi.

Hasil survey memperlihatkan bahwa 63,6 % responden mempunyai tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* tinggi dan sisanya 36,4 % responden mempunyai tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* sedang.

Sementara responden dengan usia 55 tahun ke atas, fleksibilitas untuk mengikuti perubahan tidak secepat generasi mudah. Zona aman yang membuat generasi tersebut merasa nyaman acap kali berdampak keberadaan bank tanpa kantor belum dapat dipercaya sepenuhnya. Hasil olah data memperlihatkan bahwa kurang dari 50 % mempunyai tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* tinggi. Untuk melihat ada tidaknya asosiasi/hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* dengan usia dilakukan test Chi Square. Hasil Pearson Chi-Square memperlihatkan nilai sebesar 20,449. Probability signifikansi sebesar 0,025, berbunyi tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking* dengan tingkat usia ditolak.

#### Kesimpulan dan Saran

Dilihat dari usia, mayoritas responden adalah usia produktif dengan berbagai pekerjaan dan dengan jenjang pendidikan beragam. Pada umumnya tingkat kepercayaan responden dari tingkat sedang sampai tinggi. Variabel gender tidak berasosiasi dengan tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking*. Sementara variabel usia, pekerjaan dan pendidikan berkorelasi dengan tingkat kepercayaan terhadap *Branchless Banking*.

Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap *Branchless Banking*, literasi kepada masyarakat perlu dilakukan secara intensif melalui berbagai media. Untuk generasi baby boomers, media cetak sebaiknya digunakan.

#### Daftar Pustaka

- A., Chaudhry, A., Parveiz, Y., Javed. 2016. Determinants of Users Trust for Branchless Banking in Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*. April 2016, vol. 21, no. 1.
- Berkup, Seizin Baysal. 2014. Working with Generation X and Y in Generation Z Period: Management in Different Generation in Business Life. *Mediterranean Journal of Social Science*, Vol. 15 no. 19.
- Davis, F.D. 1993. user Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions dan Behavioral Impacts. *International Journal Management Machine Studies*, 18, pp. 382-388.

- Dzombo, Gift Komonge, Klika, James. Maingi James. 2017. The Effect of Branchless Banking Strategy of Financial Performance of Commercial Banks in Kenya. *International Journal of Financial Research*, Vol.8 No.4.
- F. Naimat, Popoola. 2013. The Effect of Trust in Adoption of Internet Banking. A case Study of Nigeria. *International Journal of Economic and Business Management* Vol 12, pp 19-24.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hedge, Sowmya, Kotian, Veena D. 2016. Branchless Banking for the Poor as a Part of Financial Inclusion. *International Journal of Scientific Research and Modern Education (IJSRME)*, Volume 1. Issue 11.
- Kasali, Renald. Bagi Perbankan, Digitalisasi Adalah Keharusan.  
<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/19/173340226/bagi-perbankan-digitalisasi-adalah-keharusan>
- Kumar, Muneesh, Mamta, Barquissau. 2012. Relationship Between Types of Trust and Level of Adoption of Internet Banking. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 10, Issue 1.
- Mc Knight, D.H., & N.L. Chervany. 2001. What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *Journal of Electronic E-Commerce*.
- Oleysker. 2006. Exploring Marketing Strategies for Building Trust. *Innovative Marketing*, Vol.2 No.1.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah. 2018. "APJII: Paling Rendah, Penggunaan Internet Untuk Layanan Perbankan. <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/1830000426/apjii-paling-rendah-penggunaan-internet-untuk-layanan-perbankan>. Di unduh tanggal 6 Pebruari 2019.
- Shi, Xiaguang. 2011. Exploring Factors that Hinder the Adoption of Mobile Services in China. *A Qualitative User Analysis with Special Focus on Mobile Financial Services*.
- Simamora, Novuta Sari. 2015. Nasabah Perbankan: dari 250 Juta Orang Indonesia, Hanya 60 Juta Memiliki Rekening. <http://finansial.bisnis.com/read/20150620/90/445377/nasabah-perban>

[kan-dari-250-juta-orang-indonesia-hanya-60-juta-miliki-rekening.](#) Diunduh tanggal 4 Pebruari 2019.

<http://surabaya.tribunnews.com/2017/11/21/tahun-2019-bank-indonesia-targetkan-banked-people-75-persen?page=2> Diunduh 4 Pebruari 2019.

Tan,N.,dan T.S.H. Teo.2000. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking.*Journal of the Association for Information Systems*,vol.1,no.5.pp.1-44.

Wibowo,Pungki Purnomo.2013. *Branchless Banking setelah Multilence: Ancaman atau Kesempatan bagi Perbankan Nasional*.Jakarta 27 Juni 2013.Disampaikan dalam rangka memenuhi salah satu Persyaratan SESPIBI Angkatan XXXI.