

**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Adopsi UMKM Kota Salatiga
terhadap *Branchless Banking***

Edi Wijayanto¹, Muhammad Rois²

¹ Financial Analyst Program Study, Accounting Department, Politeknik Negeri Semarang

² Financial Analyst Program Study, Accounting Department, Politeknik Negeri Semarang

ABSTRAK

Kebanyakan pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) adalah *unbanked* dan sering kali dihadapkan dengan **kendala finansial** yang berkaitan dengan akses terhadap lembaga keuangan dan sumber daya modal . Hal tersebut mengakibatkan kontinuitas usaha kurang terjamin. Layanan Keuangan tanpa Kantor Cabang dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai) merupakan salah satu cara akses ke layanan keuangan.

Bentuk Laku Pandai yang diminati adalah Bank Led Model (Edi Wijayanto dkk, 2017)

Secara rinci permasalahan **penelitian** ini dijabarkan sebagai berikut a) Apa faktor-faktor penentu daya adopsi pelaku usaha terhadap Laku Pandai? b) Bagaimana strategi untuk meningkatkan daya adopsi pelaku usaha terhadap *LAKU PANDAI* ?

Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data meliputi dokumentasi, kuestioner, *depth interview*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif yaitu metode validitas, reliabilitas; teknik analisis regresi dengan analisis path AMOS.

Adapun hasil penelitiannya ada 6 variabel bebas yaitu perceived of easy use, perceived use, consumer awareness, perceived of risk, trust dan social influence yang mempengaruhi daya adopsi laku pandai. Strategi utama yang dilakukan laku pandai untuk meningkatkan kinerjanya yaitu menciptakan inovasi produk dengan transaksi via Handphone. Peran Laku Pandai terhadap keberlanjutan usaha UMKM lebih bermanfaat bagi UMKM yang berada di daerah pinggiran perkotaan.

Kata kunci : UMKM, *LAKU PANDAI*, Adopsi.

PENDAHULUAN

Menurut Remund (2010), definisi operasional literasi keuangan adalah pemilikan pengetahuan, ketrampilan serta rasa percaya untuk mengambil keputusan keuangan yang bertanggung jawab. Dengan demikian pengetahuan tentang keuangan tidak cukup untuk pengambilan keputusan keuangan tetapi masih dibutuhkan ketrampilan dan rasa percaya diri. Sedangkan Kamal Gupta dan Jatinder Kaur (2014) memberikan pengertian *Financial Literacy* (**literasi keuangan**) merupakan kombinasi kesadaran keuangan, pengetahuan, ketrampilan, sikap serta perilaku yang diperlukan dalam pengambilan keputusan keuangan yang benar dan akan memberikan kesejahteraan individu. Literasi keuangan akan memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan *risk* dan *return* terhadap penggunaan produk-produk keuangan serta lembaga keuangan (Bonte : 2012).

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan adalah pengetahuan tentang bunga berbunga, pengetahuan tentang inflasi dan pengetahuan tentang diversifikasi resiko (Lusardi A. and Mitchell : 2011). Sedangkan indikator yang digunakan OECD dalam mengukur tingkat literasi konsumen adalah Financial Knowledge, Financial Behavior and Financial Attitudes (Atkinson and Messy, 2012). Sesuai dengan indicator di atas, sebagian besar responden kurang memahami konsep anuitas, inflasi serta diversifikasi resiko.

Inklusi keuangan mempromosikan akses dan penggunaan layanan keuangan khususnya bagi *unbanked people*. Salah satu kendala keberlanjutan industri mikro, kecil dan menengah dikarenakan adanya keterbatasan **sumber daya keuangan** serta **akses terhadap lembaga keuangan** (Prihartiningsih :2012; Sri Widiyati : 2014). Berbagai sebab pelaku usaha menjadi *unbanked* baik dari sisi supply (penyedia jasa) maupun sisi demand (pelaku usaha) yakni kendala terhadap harga, informasi, design produk, sarana penyaluran (www.bi.go.id). Adanya keuangan inklusif diharapkan akan mengeliminasi kendala-kendala yang dihadapi para pelaku usaha karena mereka akan mendapat kemudahan dalam mengakses lembaga keuangan formal seperti kegiatan menabung, lalu lintas pembayaran, kredit, asuransi melalui lembaga resmi.

Kompetensi Inti Industri Daerah Salatiga adalah UMKM makanan dan hasil penelitian memperlihatkan lebih dari 90 % responden pernah dan masih menjadi nasabah lembaga keuangan. Rata-rata responden menjadi nasabah Koperasi, Pegadaian maupun Perbankan. Produk yang dikonsumsi pada umumnya tabungan, kredit maupun transfer serta jasa payment point lainnya. **Beberapa hal yang diinginkan mayoritas responden berkaitan dengan keberadaan lembaga keuangan antara lain letak /jarak, mudah dijangkau, fasilitas yang tersedia.** Hanya 60 % responden yang memilih Bank karena ada LPS. **Bentuk *Branchless Banking* (BB) yang diminati adalah Bank Led Model (Edi Wijayanto, 2017).**

Selaras dengan program pemerintah yaitu Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI), maka Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif yang disingkat dengan ***LAKU PANDAI*** atau lebih dikenal dengan ***Branchless Banking* (BB)**. Program ini adalah program penyediaan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya melalui kerjasama dengan pihak lain (agen) dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi. **Tujuan dari *Branchless Banking* adalah menyediakan produk-produk keuangan yang sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang belum dapat menjangkau layanan keuangan saat ini.**

Branchless Banking menjadikan hidup lebih mudah dan penghematan waktu. Melalui bank tanpa cabang masyarakat dengan mudah dapat menyimpan, mengirim maupun menerima uang elektronik melalui agen sehingga tidak perlu pergi ke bank yang terdekat. Apabila kelompok masyarakat memanfaatkan layanan keuangan/perbankan diharapkan kegiatan ekonomi masyarakat bisa menjadi lancar. Secara makro program finansial inklusi dengan cara memperbesar pangsa kredit kepada usaha mikro, kecil dan menengah akan meningkatkan stabilitas keuangan, penurunan Non Performing Loan (Morgan dan Pontines : 2014).

Berhasil tidaknya program tergantung **daya adopsi para pengguna** terhadap bentuk *Branchless Banking* yang sesuai. Kajian di Kenya yang dilakukan oleh Hannah Wangari Ndumba dan Muturi Willy (2014), daya adopsi terhadap *mobile banking* di bawah target. Pihak yang tidak mengadopsi memandang adanya resiko gagal sistem, resiko salah kirim uang karena salah nomor akun atau no telepon. Sementara yang melihat nilai positif dari program akan mempengaruhi daya adopsi. Semakin reliable servis yang diberikan maka keuntungan relatif akan diperoleh dibanding perbankan tradisional. Keuntungan tersebut antara lain menghemat waktu, ada unsur privacy, biaya yang kecil dan menyenangkan.

Hasil kajian di Taiwan memperlihatkan bahwa personal habit masyarakat Taiwan dan mobilitas berpengaruh positif terhadap *Mobile Financial Services* (Feng Shang Wu dan Yung Shen Yen :2014). Sedangkan hasil penelitian di Tanzania menyimpulkan bahwa daya adopsi yang lemah terhadap adopsi *Mobile Money* dipengaruhi oleh dua hal yakni jaringan agen serta support dari pengguna (Pamela John Chongo dan Eliamani Sedoyeka :2015). Disamping faktor –faktor seperti ketakutan akan keamanan uang, keterbatasan pelatihan, biaya transaksi yang tinggi.

Dalam rangka mempertahankan eksistensi dan meningkatkan *competitive advantage usaha mikro, kecil dan menengah* di kota Salatiga, maka dukungan dengan sumber daya keuangan serta aksesibilitas terhadap lembaga keuangan sangat diperlukan. Maka kajian dampak ***Branchless Banking*** terhadap keberlanjutan UMKM sangat diperlukan.

Kota Salatiga merupakan salah satu sentra industri namun demikian sector tersebut belum mampu menjadi motor penggerak perekonomian. Potensi usaha mikro, kecil, menengah cukup besar mengingat jumlahnya telah mencapai 10.998 unit tersebar pada 4 Kecamatan menampung 15.035 tenaga kerja dan memiliki 14 produk unggulan (Salatiga Dalam Angka :2014). Sesuai dengan pembangunan Kota Salatiga mengarah pada pengembangan Kompetensi Inti Industri Daerah maka perlu menentukan satu diantara produk-produk unggulan untuk menjadi kompetensi inti industri Kota Salatiga merupakan kebutuhan yang urgen. **Seperti pada umumnya UMKM, kendala keberlanjutan adalah faktor financial serta pemasaran.**

Keberlangsungan usaha mikro, kecil dan menengah seringkali dihadapkan dengan kendala finansial yang berkaitan dengan **sumber daya modal** dan juga **akses terhadap lembaga keuangan**. Para pelaku **usaha memiliki keterbatasan untuk menabung sehingga menyulitkan mereka dikemudian hari jika membutuhkan dana**. **Scheme kredit yang kurang sesuai untuk usaha mikro dan kecil, persyaratan administrasi yang memberatkan, tingkat bunga yang memberatkan menjadikan para pelaku usaha seringkali tidak mampu mempertahankan kelangsungan usaha (Prihartiningsih :2012; Sri Widiyati : 2014)**. Berbagai sebab pelaku usaha menjadi *unbanked* baik dari sisi supply

(penyedia jasa) maupun sisi demand (pelaku usaha) yakni kendala terhadap **harga, informasi, design produk, sarana penyaluran** (www.bi.go.id).

Untuk memberdayakan sektor usaha mikro, kecil dan menengah adalah dengan menyediakan sumber pembiayaan usaha yang terjangkau. Salah satu strategi pembiayaan bagi golongan ini adalah usaha kredit mikro. **Branchless Banking** menyediakan jasa-jasa keuangan bersifat spesifik karena memujudkan permintaan dana *unbanked*.

Oleh karena itu untuk menjaga keberlanjutan pelaku usaha maka penguatan sumber daya modal serta kemudahan menggunakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya sudah merupakan kebutuhan yang segera dilakukan. Sehingga permasalahan penelitian secara rinci permasalahan yang mengemuka dalam penelitian dijabarkan ke dalam persoalan penelitian yaitu apa saja faktor-faktor yang menentukan daya adopsi UMKM terhadap **Branchless Banking** dan bagaimana strategi peningkatan daya adopsi pelaku usaha terhadap **Branchless Banking** ?

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha produk unggulan Salatiga. Menurut Uma Sekaran (2006), ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Untuk penelitian korelasional jumlah minimal sampel untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30 dan untuk penelitian multivariate (termasuk regresi berganda) ukuran sampel sebaiknya 25 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian adalah sebesar **100 orang**. Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *area sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu sehingga sampel terpilih relevan dengan rancangan penelitian. Tahapan pengambilan sampel sebagai berikut :

1. Menentukan Laku Pandai pada tiap-tiap Kecamatan. Laku Pandai yang bersangkutan telah beroperasi minimal satu tahun.
2. Menentukan Pelanggan Laku Pandai dalam tiap-tiap Kecamatan. Pelanggan Laku Pandai telah menggunakan jasa Laku Pandai minimal 6 bulan.

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berada di kota Salatiga. Menurut data Disperindagkop Salatiga (2016), jumlah pelaku UMKM di kota Salatiga bulan maret 2016 berjumlah 1.350 usaha. Populasi tersebut dipilih karena menurut hasil penelitian Bappeda Salatiga (2015) ada kecenderungan pelaku UMKM di kota

Salatiga memiliki akses kredit perbankan yang masih rendah, sehingga bisa dilihat faktor apa yang memengaruhi minat terhadap kredit perbankan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel 100 sampel. Data UMKM didapatkan dari data Disperindagkop Salatiga (2016) untuk bulan maret 2016. Syarat teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang pernah menggunakan kredit perbankan, agar persepsi mereka setelah menggunakan kredit perbankan dapat diketahui.

Menentukan Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi Laku Pandai

Langkah - langkah yang dilakukan :

- a. Mengidentifikasi variable-variabel penentu adopsi Laku Pandai.
- b. Uji Validitas dan Reliabilitas variable penentu adopsi Laku Pandai.
- c. Path Analysis

“*Path Analysis* ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya memengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung”. (Robert D. Retherford 1993 dikutip oleh Widaryano, 2005). Sedangkan definisi lain mengatakan: “*Path Analysis* merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.” (Paul Webley 1997 dikutip oleh Sarwono 2007).

David Garson dari *North Carolina State University* mendefinisikan *Path Analysis* sebagai “Model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti. Modelnya digambarkan dalam bentuk gambar lingkaran dan panah dimana anak panah tunggal menunjukkan sebagai penyebab. Regresi dikenakan pada masing-masing variabel dalam suatu model sebagai variabel tergantung (pemberi respon) sedang yang lain sebagai penyebab. Pembobotan regresi diprediksikan dalam suatu model yang dibandingkan dengan matriks korelasi yang diobservasi untuk semua variabel dan dilakukan juga penghitungan uji keselarasan statistik. (David Garson, 2003 dikutip oleh Sunyoto 2011).

Menurut Kuncoro, 2007, teknik *Path Analysis* adalah teknik yang digunakan dalam menguji besarannya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z .

Manfaat dari model *Path Analysis* sebagai berikut (Kuncoro, 2007) antara lain adalah menjelaskan *explanation* terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti, memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), dan memprediksi dengan *Path Analysis* ini bersifat kualitatif, faktor determinan yaitu penentu variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel (X) terhadap variabel terikat (Y) dan pengujian model

d. SWOT analisis .

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*streghts*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti 2013). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan dalam kondisi yang ada saat ini. Menurut Rangkuti (2013) proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

- a. Tahap pengumpulan data
- b. Tahap analisis
- c. Tahap pengambilan keputusan

Fokus dasar pertama menurut Pearce (2013) dalam analisis SWOT adalah:

1. *Strength*, merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dimiliki perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. *Weakness*, merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. *Opportunity*, merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Identifikasi atau segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. *Threat*, merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal *Branchless Banking* yang dihadapi LakuPandai disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis untuk meningkatkan kinerja keuangan Bank Muamalat melalui *Branchless Banking*.

IFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
EFAS	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 kelemahan internal
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

- e. Penentuan Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi Laku Pandai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini tes kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas:

- a. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel PEU (**Perceived Ease of Use**) , PU (**Perceived Usefulness**) , CA(**Consumer Awareness**), PR (**Perceived of Risk**), Social Influence (SI), Trust (T), dan DA (daya adopsi) hasil ujinya adalah valid, yaitu signifikansi <0,05 yang berarti valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

- b. Uji Reliabilitas

Tabel Keandalan (Reliabilitas) Variabel

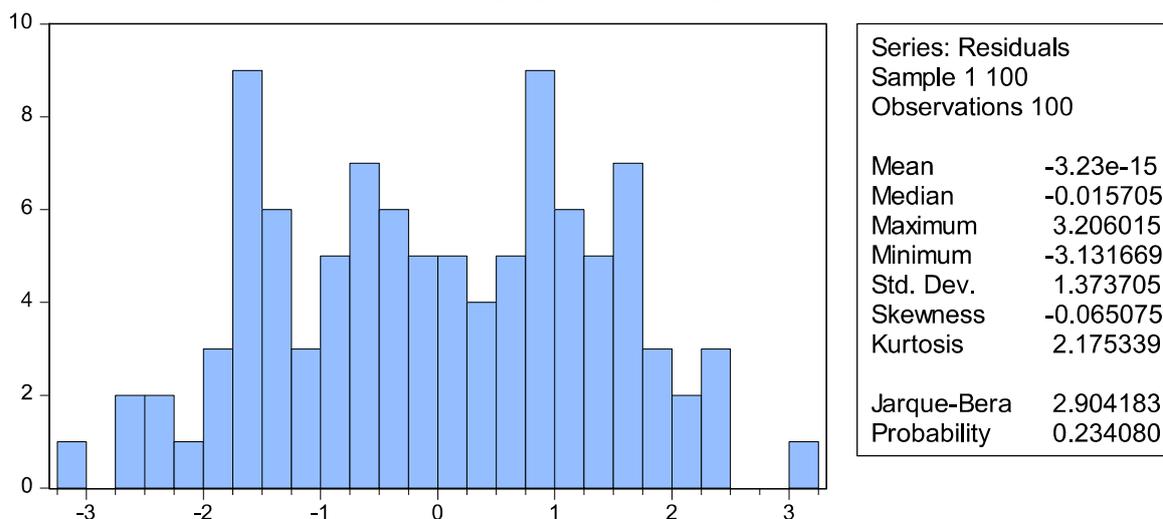
No	Variabel	Cronbach's Alpha
1	PEU	,761
2	PU	,877
3	CA	,799
4	PR	,692
5	SI	,720
6	Trust	,897
7	Adopsi	,715

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel telah valid karena Cronbach's Alpha di atas 0,6

UJI ASUMSI KLASIK

A. Uji Normalitas

Tabel 5.20 Normalitas



Berdasarkan hasil di atas melalui nilai Jarque-Bera sebesar 2,904183. Jika dibandingkan dengan tabel chi-square (4df) yang sebesar 9,46773 menunjukkan nilai JB lebih kecil tabel chi-square. Signifikansi pada taraf signifikansi adalah sebesar 5%, sedangkan signifikansi yang ditunjukkan pada grafik di atas sebesar 0,234080 atau 23,41% menunjukkan, bahwa residual variabel pada masing-masing terdistribusi normal, karena nilai probabilitas Jarque-Bera lebih besar daripada taraf signifikansi 5%.

B. Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	2.469984	122.9574	NA
PEU	0.008645	48.27963	1.550904

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

PU	0.013890	66.11190	3.047675
CA	0.013217	68.41420	2.355217
PR	0.009723	51.21465	1.741472
SI	0.008879	47.57509	1.676997
T	0.007984	54.73310	1.159725

Berdasarkan pada hasil matriks korelasi di atas, tidak terdapat korelasi antar variabel independen yang tinggi di atas 0,90. Jadi, disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas antar variabel yang independen.

Uji Autokorelasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.455092	1.571618	0.925856	0.3569
PEU	0.205715	0.092981	2.212442	0.0294
PU	0.641627	0.117858	5.444080	0.0000
CA	0.254375	0.114966	2.212621	0.0294
PR	0.290901	0.098606	2.950138	0.0040
SI	0.223040	0.094231	2.366954	0.0200
T	-0.141155	0.089354	-1.579734	0.1176
R-squared	0.783460	Mean dependent var		15.85000
Adjusted R-squared	0.769490	S.D. dependent var		2.952058
S.E. of regression	1.417326	Akaike info criterion		3.602850
Sum squared resid	186.8196	Schwarz criterion		3.785212
Log likelihood	-173.1425	Hannan-Quinn criter.		3.676656
F-statistic	56.08041	Durbin-Watson stat		1.998572
Prob(F-statistic)	0.000000			

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson dapat disimpulkan, bahwa berdasarkan tabel DW untuk jumlah observasi (N) sebesar 100 dan k (variabel independen) sebanyak 6 maka nilai DU dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 1,8031, sehingga $4 - DU = 4 - 1,8031 = 2,1969$. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dijelaskan, bahwa nilai Durbin-Watson terletak antara DU dan $4 - DU$ yaitu $1,8031 < 1,740932 < 2,1969$. Dengan demikian, dapat disimpulkan, bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi

C. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	3.232678	Prob. F(6,93)	0.0063	
Obs*R-squared	17.25689	Prob. Chi-Square(6)	0.8584	
Scaled explained SS	12.00280	Prob. Chi-Square(6)	0.8619	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.

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

C	1.158155	0.745268	1.554013	0.1236
PEU	-0.089042	0.044092	-2.019468	0.1463
PU	-0.067417	0.055889	-1.206276	0.2308
CA	0.110385	0.054517	2.024782	0.1458
PR	0.116113	0.046759	2.483203	0.2148
SI	-0.102709	0.044685	-2.298526	0.2238
T	0.029848	0.042372	0.704424	0.4829

Hasil Uji Glejser menunjukkan, bahwa probabilitas variabel independen lebih dari taraf signifikansi 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi

HASIL ANALISIS REGRESI

Berikut ini adalah hasil analisis menggunakan AMOS PATH :

Tabel Hasil Regresi

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y <--- X1	.191	.089	2.136	.033	par_1
Y <--- X2	.612	.114	5.357	***	par_2
Y <--- X3	.268	.110	2.430	.015	par_3
Y <--- X5	.232	.090	2.588	.010	par_4
Y <--- X6	-.151	.066	-2.291	.022	par_5
Y <--- X4	.281	.093	3.026	.002	par_6

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X4	6.000	15.000	.106	.432	-.115	-.234
X6	7.000	19.000	-.938	-3.831	1.678	3.424
X5	6.000	14.000	-.138	-.563	-.570	-1.163
X3	7.000	15.000	.538	2.197	-.571	-1.166
X2	6.000	14.000	.338	1.382	-.656	-1.340
X1	6.000	15.000	.273	1.113	-.391	-.798
Y	10.000	22.000	.351	1.433	-.787	-1.606
Multivariate					-2.186	-.974

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
-------	-------	-------	-------	--------

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Independence model	.403	.367	.440	.000

RMSEA model fit lebih bagus kalau semakin mendekati 1

Dari hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa variabel Persepsi Penggunaan yang Mudah (X1), Persepsi Penggunaan (X2), Kesadaran Konsumen (X3), Persepsi Risiko (X4), Pengaruh Sosial (X5), dan Kepercayaan (X6) berpengaruh secara signifikan terhadap Daya Adopsi. Hal ini dibuktikan dengan probability di bawah 0,05 atau 5%.

HASIL ANALISIS SWOT

Analisis matriks SWOT merupakan keberlanjutan dari analisis faktor internal dan eksternal. Pada matriks SWOT mencocokkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh dalam *Branchless Banking/* lakupandai.

Faktor Kekuatan

- a) Pelibatan masyarakat lokal atau setempat
- b) Kemampuan menjangkau kelompok masyarakat yang tidak terlayani yaitu masyarakat terdepan, terluar dan tertinggal (3T).
- c) Biaya operasional, biaya pemasaran lebih hemat.
- d) Produk perbankan beragam.

Faktor Kelemahan

- a) Kejahatan online
- b) Pengetahuan masyarakat terhadap teknologi laku pandai masih rendah
- c) Sumber daya manusia masih kurang profesional
- d) Inovasi produk masih rendah
- e) Biaya transaksi yang masih tinggi

Faktor Peluang

- a) Masyarakat mulai sadar terhadap kebutuhan jasa perbankan (akses keuangan)
- b) Regulasi yang semakin baik dari OJK (otoritas jasa keuangan)
- c) Potensi pembiayaan ke usaha kecil dan mikro
- d) Jaringan agen yang luas

Faktor Ancaman

- a) Globalisasi menyebabkan kompetisi yang lebih ketat dalam pelayanan perbankan
- b) Kondisi ekonomi dan politik yang fluktuatif
- c) Resiko operasional resiko reputasi yang meningkat

Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Polines - 2019

Perumusan strategi yang dilakukan lakupandai adalah :

Strategi Strength-Opportunity (S-O) yaitu melakukan pembiayaan ke usaha kecil dan mikro, menciptakan inovasi produk dengan transaksi via Handphone.

Strategi Weakness-Opportunity (W-O) yaitu melakukan pelatihan kepada agen dan sosialisasi kepada masyarakat.

Strategi Strength-Threatness (S-T) yaitu perlindungan kepada nasabah (regulasi)

Strategi Weakness-Threatness (W-T) yaitu kerjasama dengan institusi lain yang lebih luas seperti kantor pos atau BPR

Matriks SWOT cocok dengan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi Branchless Banking / lakupandai. Faktor Kekuatan adalah keterlibatan komunitas lokal atau lokal, kemampuan untuk menjangkau kelompok-kelompok masyarakat yang kurang terlayani yaitu komunitas terdepan, terluar dan tertinggal (3T), biaya operasional, biaya pemasaran yang lebih ekonomis, beragam produk perbankan. Faktor kelemahannya adalah kejahatan online, pengetahuan publik tentang teknologi perilaku cerdas

masih rendah, sumber daya manusia masih kurang profesional, inovasi produk masih rendah, biaya transaksi masih tinggi. Faktor Peluang adalah orang mulai menyadari kebutuhan akan layanan perbankan (akses keuangan), regulasi OJK (otoritas jasa keuangan) yang lebih baik, potensi pembiayaan untuk usaha kecil dan mikro, jaringan agen yang luas. Faktor Ancaman adalah bahwa globalisasi telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam layanan perbankan, kondisi ekonomi dan politik yang berfluktuasi, risiko operasional, peningkatan risiko reputasi. Perumusan strategi yang dilakukan oleh lakupandai adalah: Strategic Strength-Opportunity (S-O) strategi, yaitu membiayai usaha kecil dan mikro, menciptakan inovasi produk melalui transaksi melalui ponsel. Strategi Weakness-Opportunity (W-O), yaitu melakukan pelatihan untuk agen dan bersosialisasi kepada masyarakat. Strategi Kekuatan-Ancaman (S-T), yaitu perlindungan pelanggan (regulasi). Strategi Weakness-Threatness (W-T), yaitu kerja sama dengan lembaga lain yang lebih luas seperti kantor pos atau BPR. Strategi terpenting yang harus diprioritaskan adalah strategi S-O karena berdasarkan analisis SWOT strategi ini adalah yang paling penting dibandingkan dengan strategi lain. Strategi utama yang harus dilakukan oleh Lakupandai adalah membiayai usaha kecil dan mikro dan menciptakan inovasi produk dengan transaksi menggunakan ponsel.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Variabel Persepsi Penggunaan yang Mudah (X1), Persepsi Penggunaan (X2), Kesadaran Konsumen (X3), Persepsi Risiko (X4), Pengaruh Sosial (X5), dan Kepercayaan (X6) berpengaruh secara signifikan terhadap Daya Adopsi LAKU PANDAI.
- b. Strategi utama yang harus dilakukan oleh Lakupandai adalah membiayai usaha kecil dan mikro dan menciptakan inovasi produk dengan transaksi menggunakan ponsel.

SARAN

Saran Penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan menggunakan teknik analisis SEM untuk menentukan hubungan antara variabel independen satu sama lain dalam mempengaruhi adopsi perilaku cerdas. Dan penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi agen cerdas untuk keberlanjutan usaha mikro dan kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Babagana,S.A.2010.Impact Assessment of The Role of Micro Finance Banks in Promoting Small and Medium Enterprises Growth in Nigeria. *International Journal of Economic Development Research and Investment*.Vol.1 No.1 April.
- Chira, Chumaira.2010. Peningkatan Daya Saing Nasional: Satu Kabupaten Satu Kompetensi Inti (SAKASAKTI) melalui Kewirausahaan Pemerintah. *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*.
- Chongo,Pamela John dan Sedoyeka Eliamani. 2015.Exploring Factors Affecting Mobile Money Adoption in Tanzania.*International Journal of Computing and ICT research*,Vo.8.
- Durrani,Muhammad Kashif Khan,Abid Usman,Muhammad Imran Malik,Shafiq Ahmad.2011. Role of Micro Finance in Reducing: A Look at Social and Economic Factors. *International Journal of Business and Social Science*.Vol.2 no.21 November.
- Ghozali,Imam.2011.*Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Iffah Shabirah dan Aldianto,Leo.2014.The Suitable Model of Branchless Banking Implementation in Indonesia. *Journal of Business and Management* Vol.3,No.6,pp.633-645.
- Kuncoro,Mudrajad. 2002. *Otonomi & Pembangunan Daerah : Reformasi,Perencanaan, Strategi dan Peluang*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Ndumba,Hannah Wangari dan Muturi Wiily.2014. Factors Affecting Adoption of Mobile Banking in Kenya: Case Study of Kenya Commercial Bank Limuru. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship* 1(3): 92-112,November.
- UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab 4 pasal 16.
- Ranupandojo, H., September 1982, Pengantar Ekonomi Perusahaan Buku 2, BP FE Yogyakarta.
- Omonona B.T.2011. Poverty and Its Correlates among Rural Farming Household in Kogi State,Nigeria.
- Prahalad,CK and Hamel,C.1994. The Core Competence of the Cooperation. *Harvard Business Review* 68 (3):79-91.
- Prihartiningsih,Sri Widiyati,Moh.Rois.2012.*Model Penguatan Kapasitas Kerajinan Logam dan Suku Cadang Mesin Untuk Meningkatkan PAD Kabupaten Tegal*. Hasil Penelitian yang tidak dipublikasikan.
- Purwati,Yeni,Fansiska,Rosalyn dan Nugroho,Paskah Ika.2014.*Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi Teknologi Branchless Banking Untuk Memperluas Inklusi Keuangan di Masyarakat Pedesaan*. Seminar Nasional dan Call Paper:Research Methodology and Organizational Studies.
- Sekaran,Uma.2006.*Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*.Salemba Empat.Jakarta.

**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat
Polines - 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. Master 's Thesis.Departement of Information and Services Economy Aalto Univercity.School of Economy.
- Shang Wu,Feng dan Shen Yen,Yung.2014. Factors Influencing the Use of Mobile Financial Services:Evidence from Taiwan.*Modern Economy*,pp.1221-1228.2,June.
- Suyatno, 2000. Analisa Econimic Base terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Tingkat II Wonogiri: Menghadapi Implementasi UU No. 22/1999 dan UU No. 25/1999. Dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 1. No. 2. Hal. 144-159. Surakarta: UMS.
- Wangsadibrata,S .2014.Branchless Banking Platfom. Atlantica Building 2nd Floor,Jl.Kuningan Barat no.7,Jakarta.
- Wibowo,Pungky Purnomo. 2013. *Branchless Banking setelah Multilicense :Ancaman atau Kesempatan bagi Perbankan Nasional*. Jakarta 27 Juni 2013.Disampaikan dalam rangka memenuhi salah satu Persyaratan SESPIBI Angkatan XXXI
- Widiyati,Sri .2012. Peluang Koperasi Dalam Pengetasan Kemiskinan. *Jurnal dan Bisnis* .Vol 1 no.1
- Widiyati,Sri. 2014. Peningkatan Kapasitas Produk Unggulan Batik Bakaran. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol.3 no. 1 tahun III bulan April.
- Wijayanto,Edi dkk. 2010. Model Pengembangan Ekonomi Kabupaten Semarang berbasis Wilayah Andalan.Laporan Hasil Peneltian tidak dipublikasikan.
- www.kemendag.go.id.
- www.depkop.go.id
- www.bi.go.id
- <http://economy.okezone.com>