



# Policy Notes

## MENGAPA ORANG TIDAK MENABUNG LEBIH BANYAK DI AGEN PERBANKAN? BUKTI DARI PROGRAM LAKU PANDAI DI INDONESIA

Disusun Oleh:

Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia

(LPEM FEB UI)

April, 2021

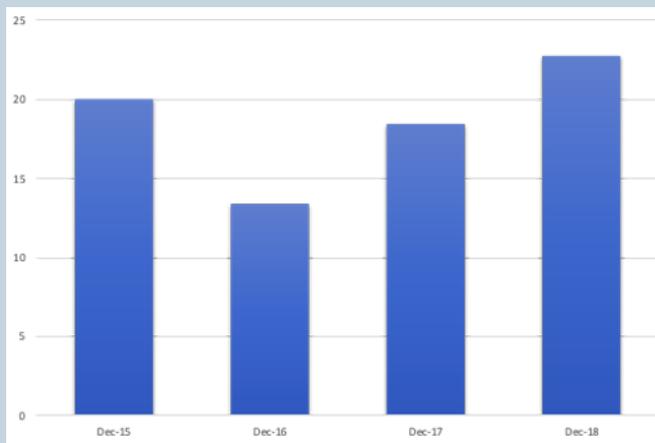


# Latar Belakang

Dalam dekade terakhir, Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya penting untuk meningkatkan akses ke layanan keuangan formal, terutama dengan mendorong layanan perbankan tanpa cabang untuk inklusi keuangan (Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif/Laku Pandai). Branchless banking atau layanan perbankan tanpa cabang memungkinkan bank untuk menembus daerah terpencil dan pedesaan melalui agen perwakilan mereka. Namun, meskipun jumlah agen Laku Pandai (branchless banking) meningkat secara masif, jumlah rekening yang dibuka per agen, dan jumlah tabungan yang dimasukkan ke dalam rekening per agen tidak meningkat secara drastis (Grafik 1 dan 2).

Selain itu, meskipun 70,3% orang dewasa telah menggunakan produk atau layanan dari lembaga keuangan formal, hanya sekitar 55,7% orang dewasa Indonesia yang dikategorikan sebagai pemegang rekening pada tahun 2018, menurut Financial Inclusion Key Indicators yang dikeluarkan oleh SNKI (Sekretariat Strategi Nasional Keuangan Inklusif)[1].

**Grafik 1. Jumlah Rekening yang Dibuka (BSA)[2] per Jumlah Agen Setiap Tahun**

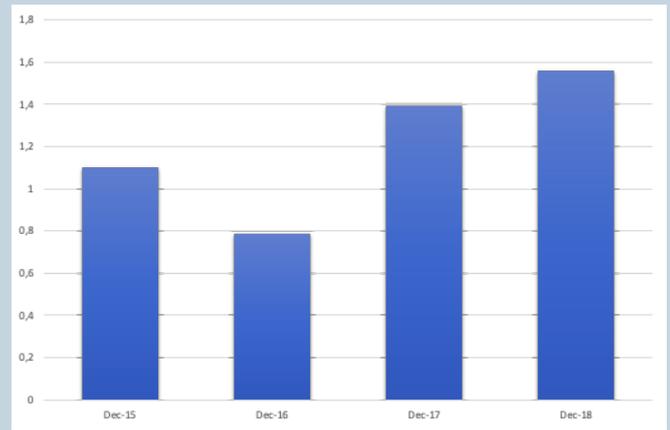


Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

[1] Inklusi keuangan dapat diukur dengan menggunakan berbagai dimensi seperti kepemilikan rekening, penggunaan rekening, dan penetrasi rekening keuangan (Beck et al., 2004, 2009).

[2] BSA (Basic Saving Account) adalah produk tabungan Laku Pandai yang tidak memungut biaya administrasi dan transaksi, serta tidak memiliki batas minimal saldo dan setor tunai, namun memiliki batas maksimal saldo dan transaksi debit.

**Grafik 2. Jumlah Tabungan (BSA) dalam Juta Rupiah per Jumlah Agen Setiap Tahun**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Terdapat juga masalah kesenjangan perkotaan dan pedesaan dalam kepemilikan rekening. Meskipun wilayah pedesaan mengalami pertumbuhan kepemilikan rekening yang lebih tinggi secara signifikan antara tahun 2016 dan 2018, kepemilikan rekening masih lebih umum terjadi di wilayah perkotaan[3]. Laporan SNKI (2018) mencatat bahkan di daerah pedesaan, terdapat kesenjangan kepemilikan rekening antar sektor pekerjaan. Laporan yang sama juga mencatat bahwa kepemilikan rekening terendah berada di sektor pertanian dan tertinggi di berada di antara para profesional dan pegawai pemerintah. Sementara itu, digitalisasi pembayaran untuk pekerja di sektor pertanian dan informal merupakan sarana penting untuk memperluas inklusi keuangan.

Salah satu cara untuk melibatkan masyarakat dalam sistem keuangan adalah dengan meningkatkan akses ke perbankan. SNKI (2018) melaporkan, 40,1% cabang bank tersebar kurang dari 1 kilometer dari rumah masyarakat di pedesaan. Selain itu, 47,8% jumlah ATM tersebar kurang dari 1 kilometer dari rumah masyarakat. Namun demikian, masih ada lebih dari separuh penduduk yang belum memiliki akses ke layanan keuangan formal.

Branchless banking bertujuan untuk membantu bank dan pemerintah untuk memberikan layanan keuangan yang lebih dekat kepada pengguna. Namun hanya 5,2% orang dewasa yang memiliki produk BSA pada 2018, padahal 20,1% orang dewasa mengetahui produk BSA.

[3] Antara 2016 dan 2018, kepemilikan rekening tumbuh 24,2% di pedesaan dibandingkan dengan pertumbuhan 16,4% di perkotaan (SNKI, 2018).

Kekurangan uang menjadi alasan yang paling sering disebutkan untuk tidak memiliki rekening tabungan, meskipun telah tersedia BSA dengan karakteristik tidak adanya biaya administrasi dan transaksi serta persyaratan saldo minimum yang rendah. Selain itu, layanan pembayaran dan transfer mungkin lebih diminati oleh orang dewasa berpenghasilan rendah daripada layanan tabungan.

Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji akar penyebab rendahnya kepemilikan rekening, terutama BSA, dan transaksi tabungan di Laku Pandai, khususnya dengan mengidentifikasi hambatan pembukaan rekening dan tabungan baik di sisi permintaan maupun sisi penawaran.

## Tinjauan Pustaka

Beberapa studi telah mengidentifikasi dan menguji dampak dari menghilangkan atau mengurangi hambatan pada keputusan menabung. Ashraf dkk. (2006) mengidentifikasi hyperbolic preference atau masalah pengendalian diri di antara individu sebagai hambatan untuk menabung dan menemukan bahwa commitment device memiliki dampak terbatas pada tabungan. Studi lain mengeksplorasi limited attention yang membentuk perilaku menabung (Karlán dkk., 2016). Untuk itu, Karlán dkk. (2016) menggunakan intervensi pengingat untuk membantu nasabah mencapai tujuan tabungan mereka dan menemukan dampak yang substantial pada tabungan. Dupas dkk. (2018), menggunakan data dari Uganda, Malawi, and Chile, berpendapat bahwa ketidakmampuan untuk menabung atau “*too poor to save*” dan produk keuangan yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan individu berkontribusi terhadap rendahnya tabungan, meskipun biaya pembukaan rekening dan biaya pembukaan non-uang lainnya disubsidi.

Studi lain mengevaluasi beberapa intervensi melalui uji acak terkendali atau randomized control trial (RCT) di bidang branchless banking. Calderone dkk. (2018) melakukan RCT untuk mengukur hubungan kausal antara

literasi keuangan dan perilaku menabung. Mereka menemukan bahwa intervensi tersebut meningkatkan tabungan di bank, sementara dampak pada tabungan di agen perbankan terbatas. RCT lain yang dilakukan oleh Buri dkk. (2018) menyelidiki pengaruh akses ke agen perbankan dengan menjelaskan cara membuka rekening dan menabung. Mereka menemukan bahwa individu yang didorong untuk membuka rekening di agen bertransaksi lebih banyak dan menanggung biaya transaksi yang lebih rendah daripada rekan mereka yang didorong untuk membuka rekening di bank cabang. Namun, nominal transaksi di agen hanya setengah dari nominal transaksi di bank cabang. Mereka menduga kurangnya kepercayaan, kurangnya likuiditas, masalah keamanan, dan privasi saat bertransaksi di agen sebagai faktor yang berkontribusi pada keputusan nasabah untuk bertransaksi dengan nilai yang lebih tinggi di bank daripada di agen.

Beberapa studi tentang keuangan inklusif yang mengeksplorasi hambatan dalam kepemilikan rekening dan keputusan menabung telah dilakukan di Indonesia. Cole dkk. (2011) mengemukakan dua pandangan utama tentang permintaan tabungan yang terbatas pada tabungan: biaya layanan tetap yang tinggi atau individu yang berpenghasilan rendah dan literasi keuangan yang rendah. Mereka menyediakan intervensi literasi keuangan dan intervensi harga untuk mendorong permintaan akan layanan keuangan. Mereka menemukan bahwa literasi keuangan berdampak kecil pada pembukaan rekening bank. Pemberian insentif yang tinggi pada pembukaan rekening bank mendorong adopsi produk dan selanjutnya meningkatkan tabungan di bank. Buvinic dkk. (2020) melakukan penelitian serupa pada ekosistem branchless banking (Laku Pandai) dengan memberikan intervensi pelatihan dan pendampingan bagi wanita pemilik usaha atau women business owner (WBO) serta intervensi insentif keuangan bagi agen perbankan. Mereka menemukan bahwa kedua intervensi tersebut meningkatkan profit WBO, tetapi tidak meningkatkan adopsi produk keuangan.

Lebih lanjut, Deserranno dkk. (2021) menemukan bahwa tingkat dan transparansi insentif keuangan agen perbankan mempengaruhi adopsi produk perbankan. Insentif keuangan yang lebih tinggi meningkatkan adopsi produk perbankan selama informasi insentif keuangan tidak diketahui oleh nasabah. Namun, ketika insentif diketahui oleh calon nasabah, hal itu dapat mengurangi persepsi keandalan produk dan kepercayaan terhadap agen dan bank, sehingga meniadakan dampak insentif terhadap pembukaan rekening dan transaksi tabungan.

Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa insentif bagi agen secara efektif meningkatkan pembukaan rekening dan tabungan. Tetapi, dalam konteks Laku Pandai, BSA memperbesar insentif bagi pengguna dengan memberlakukan transaksi tabungan tanpa biaya. Namun skema insentif tersebut (berpotensi) mengurangi insentif agen untuk mempromosikan BSA. Lebih lanjut, studi-studi tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh kecil atau tidak sama sekali pada pembukaan rekening dan tabungan. Tapi memberikan insentif pada agen secara terus-menerus mungkin tidak akan berkelanjutan.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi kepercayaan sebagai intervensi kebijakan yang berpotensi menentukan kepemilikan rekening dan keputusan untuk menabung, penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya kepercayaan mungkin menjadi hambatan penting yang menyebabkan keengganan dalam menabung dan membuka rekening

(Ashraf et al., 2006; Buvinic et al., 2020; Calderone et al., 2018; Deserranno et al., 2021). Hanya Buri et al. (2018) dan Mehrotra et al. (2019) yang menggunakan intervensi kebijakan untuk meningkatkan kepercayaan.

Sepengetahuan kami, RCT yang dilakukan oleh Mehrotra dkk. (2019) adalah satu-satunya studi yang mengeksplorasi intervensi yang mempengaruhi kepercayaan dan adopsi layanan keuangan. Mereka mencoba mempengaruhi kepercayaan nasabah pada agen melalui interaksi berulang dan mengevaluasi lebih lanjut dampak kepercayaan pada tabungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memfasilitasi proses pembukaan rekening meningkatkan kepercayaan pada agen perbankan secara umum, bukan kepercayaan nasabah pada agen secara khusus (kepercayaan personal). Namun, hanya kepercayaan yang dipersonalisasi yang secara positif dan signifikan meningkatkan jumlah tabungan.

Singkatnya, masih terdapat kesenjangan pengetahuan yang cukup besar tentang faktor pendorong rendahnya tabungan dan kepemilikan rekening pada agen perbankan. Selain itu, intervensi sebelumnya yang telah diuji masih membuahkan hasil yang beragam.

## Tinjauan Studi

Dengan latar belakang tersebut, penelitian kami bertujuan untuk: (1) mengeksplorasi perkembangan terkini dan kebijakan Laku Pandai; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang berpotensi meningkatkan kepemilikan rekening Laku Pandai dan tabungan baik dari sisi permintaan (pengguna[4] Laku Pandai) maupun sisi penawaran (agen, bank, dan pemerintah), termasuk kepercayaan; dan (3) merumuskan kemungkinan intervensi yang berpotensi meningkatkan kepemilikan rekening dan tabungan.

[4] Kami menggunakan istilah 'Pengguna' daripada 'Nasabah' untuk mencakup orang yang menggunakan layanan agen Laku Pandai terlepas dari apakah mereka memiliki rekening yang terafiliasi dengan bank.



# Metodologi

Untuk menjawab tujuan penelitian, kami melakukan studi eksplorasi kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui serangkaian FGD dan wawancara mendalam dengan otoritas Laku Pandai, pelaku industri (bank), dan Lembaga penelitian yang fokus pada keuangan inklusif secara online dan wawancara telepon dengan agen dan pengguna/nasabah Laku Pandai. Sebagai bagian dari wawancara telepon, kami menanyakan beberapa pertanyaan saringan atau screening question tentang karakteristik agen dan pengguna melalui platform survey online sebelum wawancara telepon. Akses kami ke agen difasilitasi oleh bank, sementara kami memperoleh data pengguna melalui snowball sampling dari rekomendasi agen. Agen dan pengguna yang diwawancarai berasal dari wilayah perkotaan dan pinggiran kota Jabodetabek.

## Temuan

### 1. Faktor Pendukung/ Lingkungan

Studi kami mengidentifikasi faktor pendukung penting yang terkait dengan layanan perbankan di agen secara umum. Masalah likuiditas karena kurangnya modal/dana dan kesulitan dalam menyimpan dana serta masalah teknis masih menjadi dua masalah yang biasa dialami oleh agen. Karena agen dalam penelitian kami berlokasi di daerah perkotaan, persaingan juga menjadi masalah yang nyata. Namun, agen juga melaporkan bahwa mereka secara mandiri melakukan beberapa upaya untuk mengembangkan bisnis agen perbankan mereka, seperti membuat spanduk, menempatkan lokasi mereka di Google Maps, memberikan hadiah kepada pelanggan yang sering melakukan transaksi, dan menemukan cara untuk menyelesaikan masalah teknis. Upaya ini menunjukkan bahwa literasi dan keterampilan agen dalam penelitian ini tinggi.

## 2. Sisi Penawaran

Di sisi penawaran, kami menemukan informasi yang tidak memadai menyebabkan beberapa agen tidak melayani pembukaan rekening referral secara langsung, dan beberapa pengguna tidak membuka rekening di agen. Beberapa agen tidak mengetahui prosedur untuk menyediakan pembukaan rekening *referral*. Kami juga menemukan bahwa tidak ada informasi tentang cara menyediakan layanan tersebut di aplikasi agen seluler (**Lampiran A**). Sedangkan informasi dan pengetahuan tentang ketersediaan layanan merupakan tahap awal bagi agen dan pengguna dalam melakukan pembukaan rekening referral dan menabung di agen. Membuka rekening adalah syarat yang diperlukan bagi nasabah untuk menabung di agen. Selain itu, baik agen maupun pengguna tidak akrab atau familiar dengan rekening BSA. Meski setengah dari agen yang diwawancarai menyediakan layanan pembukaan rekening, namun rekening yang dibuka bukanlah BSA[5].

Faktor utama lain yang mungkin menyebabkan rendahnya pembukaan rekening dan tabungan adalah **insentif moneter yang rendah** bagi agen untuk membuka rekening referral meskipun insentif penting dalam mendorong pembukaan rekening referral dan tabungan, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya (Deserranno dkk., 2021).

Selain itu, baik pengguna maupun agen memiliki prevalensi yang besar dalam menggunakan istilah “transfer” daripada “tabungan” meskipun sebenarnya yang mereka transaksikan adalah layanan tabungan. Kami berpendapat bahwa fenomena ini semakin menghambat sosialisasi menabung di masyarakat, dan, sebagian, menghambat insentif agen untuk melayani pembukaan rekening.

Penting untuk ditekankan bahwa insentif agen untuk mempromosikan kepemilikan rekening utamanya berasal dari ekspektasi mereka terhadap pendapatan masa depan dari biaya transaksi yang dihasilkan dari transaksi tabungan oleh pengguna.

[5] Sementara itu, Peraturan OJK Nomor 19/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif Pasal 19 mengatur bahwa agen hanya dapat membuka rekening jenis BSA.

Menariknya, kami menemukan **rasa saling percaya** diperlukan di antara pengguna dan agen dalam menyediakan pembukaan rekening referral. Dari sisi penawaran, agen enggan memberikan layanan ini kepada nasabah yang tidak mereka kenal dengan baik. Kami percaya bahwa agen membutuhkan kepercayaan pada kredibilitas pengguna untuk tidak mempertaruhkan bisnis mereka pada penipuan atau terlibat dalam penipuan dengan membuat rekening palsu. Kehati-hatian ini juga mungkin menjadi alasan mengapa persyaratan pembukaan rekening di agen Laku Pandai yang ditetapkan oleh bank dan agen lebih ketat daripada yang dipersyaratkan oleh OJK.

### 3. Sisi Permintaan

Di sisi permintaan, kami mengonfirmasi bahwa **kepercayaan** memiliki peran penting dalam agen perbankan. Asumsi konvensional menunjukkan bahwa pengguna harus memandang agen sebagai agen bank, bukan sebagai toko tradisional atau tetangga yang mereka kenal, agar transaksi dapat terjadi. Namun, kami menemukan kedekatan antara agen dan pengguna secara pribadi adalah alasan mengapa pengguna melakukan pembukaan rekening referral dan tabungan di agen. Selain itu, pengguna membutuhkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dalam membuka rekening secara referral dan menabung daripada melakukan transaksi umum seperti transfer atau pembayaran. Pengguna harus sering melakukan transaksi dengan agen sebelum mereka memutuskan untuk membuka rekening dan menabung. Hal ini sesuai dengan temuan dari Mehrotra dkk. (2019) yang berpendapat bahwa pembukaan rekening dapat mendorong interaksi berulang yang berpotensi mempengaruhi tabungan.

Seperti halnya agen, setengah dari pengguna tidak mengetahui bahwa mereka dapat membuka BSA di agen, yang mengkonfirmasi kurangnya informasi tentang pembukaan rekening *referral* di agen Laku Pandai. Selain itu, **kenyamanan layanan** (misalnya tidak perlu mengantri lama di bank) juga penting dalam keputusan pengguna untuk menabung di agen Laku Pandai.

Studi kami tidak menemukan bukti untuk mendukung hipotesis “too poor to save”. Sebagian penjelasan untuk hal ini dapat berasal dari fakta bahwa pendapatan pengguna agen perbankan dalam penelitian kami tidak terlalu rendah sehingga mereka tidak dapat membuka rekening atau menabung. Namun, kecocokan produk mungkin berkontribusi pada rendahnya permintaan BSA. Meskipun masih ada orang yang kebutuhannya dapat dipenuhi dengan baik oleh BSA, seperti pekerja migran dan ibu rumah tangga, BSA tetap membatasi fitur-fiturnya dan tidak sesuai dengan kebutuhan orang-orang yang memiliki UKM atau terlibat dalam aktivitas lain yang melibatkan transaksi keuangan yang tinggi. Karakteristik pengguna yang kami wawancarai lebih condong ke kategori terakhir.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

# Intervensi Potensial

Kami menyimpulkan bahwa ada empat faktor utama dari sisi penawaran dan permintaan yang penting untuk mengurangi hambatan dan meningkatkan pembukaan rekening dan tabungan, yaitu informasi, kemudahan prosedur, insentif, dan kepercayaan. Oleh karena itu, intervensi potensial yang kami usulkan untuk mengatasi keempat faktor tersebut berdasarkan studi sebelumnya dan temuan dari studi ini adalah sebagai berikut:

## A. Clients Get Clients dan Ulasan Agen

Temuan kami menunjukkan bahwa kepercayaan sangat penting bagi agen dan nasabah dalam keputusan pembukaan rekening dan menabung. Intervensi clients get clients, dan ulasan agen (dilakukan oleh bank dan agen serta pengguna) adalah ide intervensi kami untuk meningkatkan kepercayaan baik kepada agen maupun nasabah di dalam layanan Laku Pandai. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dapat membentuk perilaku menabung (Ashraf dkk., 2006; Buvinic dkk., 2020; Calderone dkk., 2018; Deserranno dkk., 2021). Temuan kami melalui wawancara dengan pengguna menunjukkan hal yang sama. Kepercayaan didapat dari berbagai sumber, salah satunya dari testimoni dan ajakan dari sesama anggota masyarakat. Wawancara dengan pengguna menunjukkan pentingnya ulasan dari pengguna lain yang bertransaksi di agen. Ulasan pengguna kemudian mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap agen, dengan asumsi bahwa dia tidak mengenai agen secara pribadi. Oleh karena itu, kami mengusulkan intervensi yang membuat kepercayaan pengguna pada agen menyebar dari orang ke orang melalui ulasan terhadap agen. Adapun dari clients get clients, kami melihat bahwa nasabah setia dari seorang agen dapat diberikan insentif untuk mengajak nasabah potensial lainnya untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pembukaan rekening dan transaksi tabungan.

## B. Penyediaan Fitur Pembukaan Rekening dan Tabungan di Aplikasi Agen

Penyediaan fitur pembukaan rekening dan tabungan pada aplikasi agen dimaksudkan untuk memberantas informasi terbatas dari sisi agen dan mempermudah prosedur pelayanan pembukaan rekening dan tabungan. Kami tidak menemukan menu pembukaan rekening di aplikasi agen (**Lampiran A**). Kami juga menemukan agen yang mengaku tidak memahami prosedur pembukaan rekening. Oleh karena itu dengan adanya fitur ini pada aplikasi agen dan tampilan aplikasi yang mudah dipahami diharapkan dapat memudahkan agen dalam mengakses petunjuk pembukaan rekening dan tabungan. Kemudahan ini juga bisa dirasakan dalam konteks lain saat membuka rekening yang bisa dilakukan secara online. Menu pembukaan rekening membantu agen yang memiliki insentif terbatas untuk mengantri di bank untuk mengajukan pembukaan rekening referral. Terakhir, keuntungan lain yang mungkin diperoleh adalah bahwa agen lebih terpapar informasi mengenai pembukaan rekening dan layanan tabungan, yang dapat membuat mereka mempromosikan layanan ini dengan lebih aktif.

## C. Penyediaan Poster di Kios Agen

Berdasarkan wawancara kami dengan agen dan pengguna, beberapa pengguna tidak mengetahui bahwa mereka dapat membuka rekening BSA di agen Laku Pandai (dengan sistem referral). Sedangkan pembukaan rekening merupakan tahap awal bagi pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara berkelanjutan, khususnya tabungan. Oleh karena itu, kami berasumsi bahwa pemberian poster yang berisi informasi pembukaan rekening di kios agen dapat mendorong pembukaan rekening di agen, terutama bagi calon nasabah dan pengguna yang belum memiliki rekening tetapi telah bertransaksi di agen.

Intervensi yang diusulkan diperkuat oleh temuan kami yang menunjukkan bahwa nasabah membuka rekening karena informasi yang diperoleh dari poster. Selain itu, kami hanya memasukkan informasi tentang pembukaan rekening BSA karena banyak segmen penduduk perkotaan yang membutuhkan jenis rekening ini meskipun terdapat keterbatasan dalam transaksi. Sesuai ketentuan OJK, agen hanya menyediakan pembukaan rekening BSA saja.

## D. Pemberian Insentif Transaksi Tabungan

Secara default, BSA ditetapkan sebagai no-frills account. Pemegang BSA dibebaskan dari biaya administrasi dan transaksi seperti administrasi bulanan, pembukaan rekening, transaksi setor tunai, transaksi transfer masuk, transaksi pemindahbukuan, dan biaya penutupan rekening. Fitur ini diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat miskin dan tidak memiliki rekening untuk mengakses layanan keuangan. Hal ini mungkin menarik nasabah potensial untuk membuka BSA karena mereka harus membayar biaya lebih jika mereka menggunakan jenis rekening lain (atau saat menggunakan layanan keuangan tanpa memiliki rekening). Namun, pengaturan ini membuat agen tidak memiliki insentif untuk membuka rekening BSA untuk nasabah mereka.

Sementara itu, insentif bagi agen telah terbukti meningkatkan adopsi produk keuangan melalui peningkatan usaha agen (Deserranno dkk., 2021). Namun lebih lanjut, kami berpendapat bahwa jika bank dan pembuat kebijakan berusaha untuk mempertahankan penggunaan jangka panjang dari rekening tersebut, maka insentif untuk agen mungkin akan terus ada seterusnya daripada hanya satu kali pada pembukaan rekening karena insentif agen untuk mempromosikan kepemilikan rekening utamanya datang dari ekspektasi pendapatan masa depan dari biaya transaksi tabungan pengguna. Untuk itu, pemerintah atau bank dapat mempertimbangkan untuk memberikan voucher yang dapat digunakan oleh pemegang BSA untuk bertransaksi di agen.

Voucher ini, saat ditukarkan, dapat menjadi sumber pendapatan bagi agen saat melayani pemegang BSA. Skema insentif ini diharapkan dapat mendorong masyarakat yang tidak memiliki rekening untuk membuka BSA dan menabung, sekaligus memberikan insentif bagi agen untuk melayani transaksi perbankan bagi pemegang BSA dan meningkatkan transaksi dari nasabah baru yang sebelumnya tidak bertransaksi di agen.

## E. Penyediaan Seragam atau Pakaian Formal bagi Agen

Ide intervensi untuk menyediakan pakaian formal (seragam) kepada agen sebagai intervensi diperoleh dari pernyataan beberapa pengguna bahwa penampilan agen tersebut membuat mereka merasa nyaman melakukan transaksi perbankan. Kami juga menemukan bahwa kepercayaan pengguna pada agen didasarkan pada afiliasi agen dengan bank. Kami melihat potensi bahwa penampilan agen yang profesional memperkuat keyakinan pengguna bahwa agen merupakan perpanjangan tangan bank dan pada gilirannya meningkatkan kepercayaan.

## F. Perbaikan/Penyempurnaan Sistem Pencatatan untuk Membedakan antara Transaksi Transfer dan Tabungan

Intervensi ini terkait dengan potensi insentif yang dapat disadari oleh agen jika mereka mengetahui bahwa frekuensi tabungan aktual lebih tinggi daripada yang tercatat selama ini. Beberapa agen yang kami wawancarai tidak dapat membedakan antara transaksi tabungan dan transfer. Oleh karena itu, sering kali mereka menganggap transaksi tabungan sebagai transfer (karena transaksi tabungan mengharuskan agen mentransfer dana dari rekening agen ke rekening penabung). Akibatnya, frekuensi transfer dapat ditaksir terlalu tinggi, dan sebaliknya, frekuensi tabungan dapat ditaksir terlalu rendah. Hasil dari screening question kami untuk agen menunjukkan bahwa frekuensi transfer yang tinggi dianggap sebagai penyumbang paling signifikan bagi pendapatan agen.

Misalkan agen dapat membedakan antara transaksi transfer dan tabungan dalam sistem pencatatan dan menemukan bahwa frekuensi tabungan tinggi, agen mungkin menganggap tabungan sebagai transaksi yang menguntungkan, sama dengan atau lebih besar dari transfer. Agen mungkin berusaha untuk mempromosikan pembukaan rekening dan tabungan sehingga potensi nasabah untuk membuka rekening dan menabung menjadi tinggi.

## G. Tabungan yang dikombinasikan dengan Kredit

Tabungan yang dikombinasikan dengan kredit berarti memberikan layanan pinjaman kepada nasabah dan layanan tabungan untuk membayar pinjaman tersebut. Pemberian kredit mikro didasarkan pada kebutuhan nasabah, seperti kredit pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga. Berdasarkan informasi yang kami dapat dari pihak bank, pinjaman sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan sering kali mendahului transaksi lainnya karena debitur diharuskan membuka rekening bank sebelum pencairan.

Oleh karena itu, kami mempertimbangkan untuk menggabungkan pinjaman dengan tabungan karena pinjaman tersebut akan mendorong pembukaan rekening; dengan demikian, tabungan menjadi commitment device untuk membayar pinjaman.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

## H. Berbagai Tahapan Intervensi: Penyediaan Poster di Kios Agen, Pengaturan Skema Insentif, dan Intervensi Clients Get Clients

Untuk mengatasi berbagai hambatan/barriers seperti informasi, insentif, dan kepercayaan, gabungan intervensi (mixed interventions) diperlukan. Berikut adalah rekomendasi ganungan intervensi dan tahapan pelaksanaannya.

Intervensi tahap pertama adalah memberikan informasi dan pengetahuan kepada semua individu terpilih mengenai jenis produk BSA yang ditawarkan di agen dan ketersediaan layanan pembukaan rekening *referral* dan tabungan. Paparan informasi yang sempurna merupakan syarat awal bagi pengguna untuk melakukan transaksi perbankan di agen, termasuk membuka rekening dan menabung.

Setelah masalah informasi diatasi, intervensi tahap kedua adalah pengaturan skema insentif untuk mendorong agen dan pengguna dalam melakukan pembukaan rekening *referral* dan tabungan. Tanpa insentif yang tepat, agen akan enggan membantu calon nasabah mereka untuk membukakan BSA karena menghasilkan biaya masa depan yang minimal bagi mereka dibandingkan dengan rekening tabungan lainnya.

Tahap intervensi terakhir adalah "*clients get clients*", dan ulasan agen untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan Laku Pandai. Selama ini promosi layanan Laku Pandai dilakukan oleh bank dan agen. Referensi nasabah berpotensi mengurangi masalah kepercayaan untuk nasabah yang dapat mendorong mereka untuk membuka rekening dan menabung.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

- Ashraf, N., Karlan, D., & Yin, W. (2006). Tying Odysseus to the Mast: Evidence from A Commitment Savings Product in the Philippines. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 635–672.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Honohan, P. (2009). Access to financial services: Measurement, impact, and policies. *World Bank Research Observer*, 24(1), 119–145. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkn008>
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2004). Bank Competition and Access to Finance: International Evidence. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 36(3b), 627–648. <https://doi.org/10.1353/mcb.2004.0039>
- Buri, S., Cull, R., Giné, X., Harten, S., & Heitmann, S. (2018). Banking with Agents: Experimental Evidence from Senegal. Policy Research Working Paper 8417, The World Bank.
- Buvinic, M., Johnson, H. C., Perova, E., & Witoelar, F. (2020). Can Boosting Savings and Skills Support Female Business Owners in Indonesia? Evidence from a Randomized Controlled Trial. Working Papers 530, Center for Global Development.
- Calderone, M., Sadhu, S., Fiala, N., Sarr, L., & Mulaj, F. (2018). Financial Education and Savings Behavior: Evidence from a Randomized Experiment among Low-Income Clients of Branchless Banking in India. *Economic Development and Cultural Change*, 66(4), 793–825. <https://doi.org/10.1086/697413>
- Cole, S., Sampson, T., & Zia, B. (2011). Prices or Knowledge? What Drives Demand for Financial Services in Emerging Markets? *The Journal of Finance*, 66(6), 1933–1967.
- Deserranno, E., León-ciliotta, G., & Deserranno, E. (2021). When transparency Fails: Financial Incentives for Local Banking Agents in Indonesia. Barcelona GSE Working Paper Series.
- Dupas, P., Karlan, D., Robinson, J., & Ubfal, D. (2018). Banking the unbanked? Evidence from Three Countries. *American Economic Journal: Applied Economics*, 10(2), 257–297. <https://doi.org/10.1257/app.20160597>
- Karlan, D., McConnell, M., Mullainathan, S., & Zinman, J. (2016). Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving. *Management Science*, 62(12), 1–19. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2296>
- Mehrotra, R., Somville, V., & Vandewalle, L. (2019). Increasing Trust in Bankers to Enhance Savings: Experimental Evidence from India. *Economic Development and Cultural Change*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). Laku Pandai. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/Pages/Laku-Pandai.aspx>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19 Tahun 2014. (19 November 2014). *Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif*. Jakarta.
- SNKI. (2018). *Financial Inclusion Insights Indonesia*.

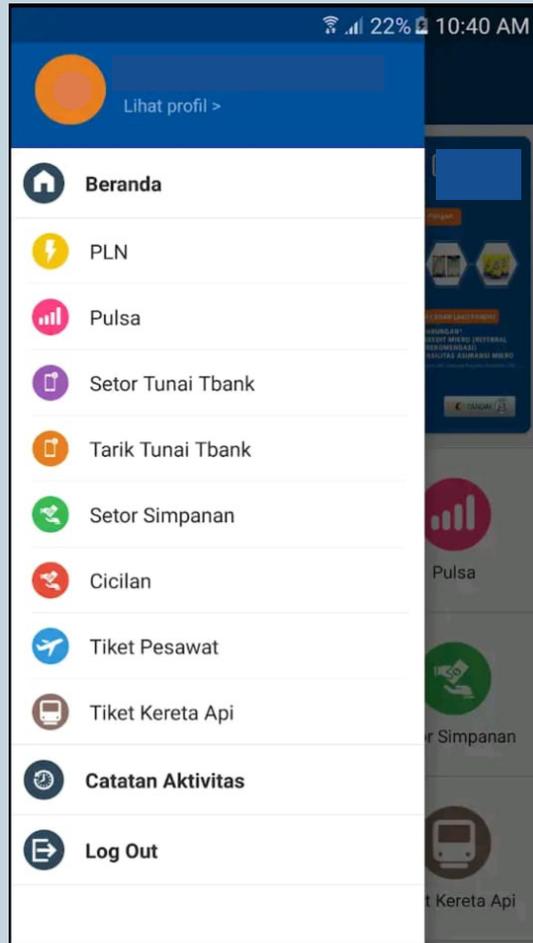
# Lampiran A

Gambar 1. Tampilan Saat Membuka Aplikasi untuk Pertama Kali



Sumber: Google Play Store

Gambar 2. Tampilan Utama Aplikasi



Sumber: Google Play Store

**Tim Peneliti:**

**Chaikal Nuryakin, Ph.D.**

**Prani Sastiono, Ph.D.**

**Yuli Rosdiyanti, S.E.**

**Cania Adinda, S.E.**

**LPEM FEB UI**

**Jl. Salemba Raya No. 4, Jakarta 10430, Indonesia**

**Phone +62-21-3143177, Fax. +62-21-31934310**

**Email: [lpem@lpem-feui.org](mailto:lpem@lpem-feui.org)**

**Website: [www.lpem.org](http://www.lpem.org)**

**Penelitian ini didanai oleh Pemerintah Australia melalui J-PAL SEA - LPEM RCT Fund**