

Peluang Komersial untuk Memperluas Jasa Keuangan: Pertanian

Temuan yang Dapat Diaplikasikan Berdasarkan Dataset SOFIA

SAFIRA

Strengthening Agricultural Finance in Rural Areas

Strengthening Agricultural Finance in Rural Areas (SAFIRA) adalah program dengan jangka waktu beberapa tahun di bawah AIPRural yang bertujuan mengembangkan dan memberikan wadah formal untuk pembiayaan dalam rantai nilai bagi mitra terpilih di kawasan Indonesia timur sehingga dapat membawa manfaat bagi petani kecil.

Pembiayaan dalam rantai nilai merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pinjaman berbiaya efektif, tepat sasaran, dan berkelanjutan bagi petani kecil tanpa memperbesar biaya transaksi.

SAFIRA bermitra dengan lembaga keuangan, konsultan finansial, perusahaan agrobisnis, dan kelompok tani dalam rangka meningkatkan pendapatan bagi hingga 6.000 petani. Kegiatan SAFIRA dijalankan di Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, dan Papua. SAFIRA adalah bagian dari PRISMA serta didukung oleh Pemerintah Australia dan Bappenas. Program ini dilaksanakan oleh Palladium dengan bantuan teknis dari Swisscontact.

Studi dan laporan ini terlaksana berkat dukungan dari Pemerintah Australia melalui Departemen Luar Negeri dan Perdagangan (Department of Foreign Affairs and Trade) bekerja sama dengan Pemerintah Indonesia melalui BAPPENAS (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional):



Peluang Komersial untuk Memperluas Jasa Keuangan: Pertanian

Laporan ini menerapkan data analitika untuk memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti dari dataset SOFIA, sebuah survei yang menggambarkan akses keuangan bagi sekitar dua puluh ribu responden di empat provinsi di Indonesia Timur. Diharapkan survei yang luas dan representatif ini memungkinkan untuk menarik generalisasi temuan-temuan tersebut ke seluruh Indonesia, namun tetap relevan dengan konteks mitra SAFIRA.

Besar dan sifat hubungan antara serangkaian variabel penjelas dan berbagai hasil dalam penelitian ini diukur menggunakan analisis korelasi serta mempermudah penyusunan profil pelanggan. Hal ini membantu pengelompokan segmen pelanggan berdasarkan variabel utama dan menawarkan potensi untuk menasar pelanggan khusus dengan sifat dan preferensi yang telah diketahui.

Dalam laporan ini digunakan tiga indeks berbeda untuk menganalisis responden:

Indeks Akses Keuangan (AFI) disusun untuk menyajikan tingkatan individu dari yang tidak terlayani secara keuangan (financially excluded) sampai yang mendapat layanan bank formal (formally banked).

Indeks Pelayanan Keuangan (FSI) disusun untuk mengukur tingkat keaktifan tiap responden terkait dengan empat layanan keuangan, yaitu: tabungan, pembayaran, pinjaman dan asuransi.

Indeks Literasi Keuangan (FLI) diperkenalkan untuk mengukur penilaian responden mengenai tingkat pemahamannya terhadap informasi tentang rekening bank dan produk kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan.

Analisis terhadap indeks-indeks ini memungkinkan lembaga-lembaga keuangan untuk mengidentifikasi wilayah-wilayah yang paling berpotensi untuk peningkatan akses keuangan namun dengan tetap memperhatikan alasan bisnis yang logis. Penelitian ini juga membandingkan probabilitas responden menggunakan layanan keuangan berbeda, untuk memahami tingkat permintaan dan mengukur potensi penjualan silang layanan-layanan tersebut. Proses konsultatif yang menggabungkan hasil data analitika dengan masukan dari SAFIRA mengidentifikasi tujuh peluang dan sejumlah segmen sasaran spesifik. Berbagai wawasan yang telah diekstrak digambarkan dengan jelas dan dilengkapi saran-saran yang mendukung untuk implementasi.

Daftar Isi

Daftar Gambar & Daftar Tabel	iii
Pengantar	1
Latar Belakang	2
Tujuan	2
Data	4
Akses Keuangan	6
Pemilihan Variabel	9
Indeks Layanan Keuangan	11
Indeks Literasi Keuangan	12
Profil Pelanggan/Nasabah	13
Peluang	15
Peluang 1: “ <i>Follow the Cash</i> ”	15
Peluang 2: “Pengirim yang Tak Terlayani Bank”	18
Peluang 3: “Risiko Kesehatan yang Dialihkan”	19
Peluang 4: “Layanan Populer”	19
Peluang 5: “Penjualan Silang”	20
Peluang 6: “Akses yang Tak Memadai”	20
Peluang 7: “Menyasar MOA”	23
Gender dan Layanan Keuangan	25
Pembiayaan Pertanian	27
Kesimpulan	27

Daftar Gambar

Gambar 3.

Indeks akses keuangan yang menunjukkan rangkaian pilihan bertahap mulai tak terlayani sampai terlayani bank.

Gambar 6.

Indeks Layanan Keuangan (FSI) dipilah berdasarkan provinsi.

Gambar 9.

Persentase responden yang mengirim uang berdasarkan kategori terlayani dan tidak terlayani bank.

Gambar 1.

Diagram skema tentang bagaimana penduduk dapat dipilah berdasarkan akses keuangan.

Gambar 4.

Analisis korelasi untuk indeks akses keuangan.

Gambar 7.

Frekuensi pendapatan berupa gaji dan upah dipilah berdasarkan wilayah perkotaan, pedesaan-bertani dan pedesaan - non bertani.

Gambar 10.

AFI aktual versus AFI prediksi.

Gambar 2.

Persentase tidak terlayani per umur untuk kelompok lokasi-gender berbeda.

Gambar 5.

Dendrogram yang menunjukkan jarak korelasi antara variabel.

Gambar 8.

Analisis sumber dan metode penerimaan pendapatan.

Gambar 11.

Indeks Layanan Keuangan/Financial services index (FSI) versus Indeks Literasi Keuangan/financial literacy index (FLI). Garis merah menunjukkan kecocokan yang diperoleh menggunakan model regresi linier tersebut.

Daftar Tabel

Tabel 3.

Probabilitas dalam mengakses dua layanan keuangan

Tabel 6.

Wilayah-wilayah yang teridentifikasi memiliki FSI aktual di bawah FSI prediksi.

Tabel 1.

Perbandingan profil responden yang tak terlayani dan terlayani bank.

Tabel 4.

Probabilitas bersyarat untuk tiap layanan kalau satu layanan lain sedang diakses atau digunakan.

Tabel 7.

Perbandingan persentase responden yang dipilah berdasarkan lokasi dan gender.

Tabel 2.

Profil yang memiliki nilai FSI dan FLI tinggi.

Tabel 5.

Wilayah-wilayah yang teridentifikasi memiliki AFI aktual yang jauh lebih rendah dari AFI prediksi, diukur dengan faktor kejutan.

Tabel 8.

Peringkat kinerja provinsi, lokasi, dan gender berbeda untuk temuan berbeda.

Pengantar



***Australia-Indonesia Partnership for Rural Economic Development (AIP-Rural)* merupakan serangkaian program yang berupaya meningkatkan akses petani kecil ke pasar baru, input yang lebih baik, keterampilan, teknologi, irigasi, serta pinjaman kecil.**



Tujuan dari program ini adalah untuk mencapai peningkatan pendapatan bersih yang berkelanjutan sebesar 30% bagi 300.000 petani kecil laki-laki dan perempuan di Indonesia Timur pada tahun 2018. AIP-Rural bekerja di Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat dan Timur, Papua dan Papua Barat.

Program ini fokus pada sektor pertanian, yang memiliki potensi pertumbuhan besar dan merupakan sumber pendapatan utama bagi banyak petani kecil. Semua dilakukan melalui investasi bersama dalam model bisnis baru dengan pemain pasar setempat, regional, nasional, dan internasional sehingga meningkatkan daya saing sektor pertanian, khususnya bagi petani kecil. *Strengthening Agriculture Finance in Rural Areas* (SAFIRA) bertujuan meningkatkan akses petani kecil ke layanan keuangan, seperti pinjaman usaha dan investasi.

SAFIRA merupakan proyek berjangka tiga tahun yang merupakan bagian dari strategi Pemerintah Indonesia dalam mempercepat pengentasan kemiskinan melalui pembangunan ekonomi inklusif. Pada tahap awal, SAFIRA akan fokus pada Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Proyek ini didukung oleh BAPPENAS dan Departemen Luar Negari Australia (DFAT) di bawah *Australia-Indonesia Partnership for Rural Economic Development* (AIP-Rural).

SAFIRA memfasilitasi model layanan keuangan yang mampu menjawab kebutuhan spesifik petani melalui kemitraan dengan lembaga-lembaga keuangan formal dan informal di daerah pedesaan. SAFIRA juga akan berfokus pada pembiayaan rantai nilai (VCF) pertanian untuk memperluas akses keuangan petani kecil. Fokus ini akan dicapai melalui para pemangku kepentingan utama pasar (termasuk tetapi tidak terbatas pada pengecer input, pengumpul, pedagang dan perusahaan manufaktur) dalam rantai nilai tersebut.

VCF dapat diwujudkan melalui hubungan dan mekanisme rantai nilai. SAFIRA akan bekerja sama dengan lembaga keuangan mitra (PFI), usaha kecil dan menengah (UKM) (misalnya produsen benih, pemasok input lain, pengumpul, pengolah, pedagang lainnya) dan petani untuk membekali mereka dengan keterampilan dan kemampuan untuk terlibat dalam penerapan VCF secara berkelanjutan.

SAFIRA tidak hanya bermaksud mendukung lembaga keuangan dan pelaku rantai nilai lainnya untuk memanfaatkan informasi yang tersedia tentang VCF dan memperkuat kapasitas kelembagaan di VCF di setiap tingkatan, tetapi juga memperkuat sistem pendukung di sekitar lembaga-lembaga keuangan dalam hal pembinaan dan implementasi.

Latar Belakang

Pada tahun 2016-2017 SAFIRA menugaskan pelaksanaan survei akses keuangan, yaitu SOFIA, yang secara metodologi mirip dengan FinScope.

Studi ini melihat sisi permintaan akses keuangan di lima provinsi di Indonesia. Salah satu tujuan SOFIA adalah menggunakan dataset ini sebagai sumber informasi bagi para mitra sektor keuangan tentang basis pelanggan potensial, sehingga para mitra dapat merancang produk dan layanan secara memadai dan lebih mampu memenuhi kebutuhan masyarakat pedesaan. SAFIRA menjalankan penelitian ini untuk melakukan analisis lebih lanjut terhadap dataset SOFIA, sehingga para mitranya dapat menarik kesimpulan yang relevan dari hasil penelitian tersebut. Laporan ini berfokus pada pengukuran akses keuangan, menggunakan variabel-variabel yang dikumpulkan dari hampir dua puluh ribu responden ke dalam database SOFIA.

Motivasi untuk meningkatkan akses keuangan didasarkan pada pemahaman bahwa semakin banyak orang yang menggunakan produk keuangan, semakin besar dampaknya pada tujuan kebijakan nasional. Namun demikian, sering kali kata “menggunakan” secara tidak tepat disamakan dengan “memiliki”. Semakin banyak bukti menunjukkan bahwa memiliki akses tidak sama dengan menggunakan. Menghitung jumlah rekening bank atau bahkan rekening dengan saldo minimum pun tidak dapat menggantikan evaluasi informasi yang dapat diperoleh dari transaksi keuangan, yang sebenarnya lebih akurat untuk mewakili akses. Karena itu, laporan ini fokus pada analisis kegiatan layanan keuangan yang dilaporkan oleh responden, mengingat laporan tersebut menyediakan informasi yang lebih akurat tentang jenis kegiatan ekonomi yang sebenarnya terjadi.

Laporan ini membahas tentang tantangan bagi peningkatan akses keuangan di daerah pedesaan. Banyak lembaga keuangan enggan beroperasi di daerah pedesaan atau mengembangkan produk yang disesuaikan dengan masyarakat pedesaan karena tiga hambatan utama:

1. Pelanggan pedesaan sulit dijangkau;
2. Biaya transaksi yang tinggi dibandingkan operasional di daerah perkotaan;
3. Masyarakat pedesaan dianggap memiliki risiko yang lebih tinggi daripada masyarakat perkotaan.

Tujuan dari laporan ini adalah menggunakan informasi yang dikandung dataset SOFIA untuk memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi para mitra SAFIRA. Tujuan khususnya adalah untuk mengekstrak variabel penjelas yang memberi gambaran tentang orang dan menghubungkannya dengan variabel terikat relevan yang mewakili perilaku manusia dan hasil-hasilnya dalam kaitannya dengan layanan keuangan. Hal ini paling tepat dicapai melalui kombinasi data analitika dan kepakaran di mana pengetahuan yang kaya di antara anggota SAFIRA serta para mitranya telah digabungkan untuk melengkapi data analitika secara iteratif. Hal ini melahirkan sejumlah gagasan kongkret untuk diuji, yang kami tawarkan sebagai peluang bagi lembaga keuangan.

Data historis yang telah dikumpulkan dalam SOFIA sangat informatif dan berpotensi mendukung layanan inovatif di masa depan untuk menjangkau pelanggan baru di daerah pedesaan. Pengambilan kesimpulan dari survei yang hanya menjangkau hampir dua puluh ribu responden ini terhadap seluruh negara bergantung pada kualitas database SOFIA dan kemampuan analitika prediktif untuk menawarkan wawasan yang

masa depan. Pendekatan yang diambil mempertimbangkan variabel berbeda untuk melakukan segmentasi terhadap basis pelanggan, mengembangkan profil pelanggan dan kemudian menyorot kelompok pelanggan tertentu dalam kaitannya dengan produk inovatif.

SAFIRA telah menugaskan pelaksanaan survei SOFIA dan analisis terhadap dataset yang diperoleh untuk memberi informasi secara langsung kepada pembuat kebijakan dan penyedia layanan keuangan tentang hambatan utama penyediaan akses keuangan yang lebih baik bagi masyarakat pedesaan. Dalam laporan ini, akses keuangan terutama mengacu pada empat layanan, yaitu: tabungan/simpanan, pinjaman, pembayaran, dan asuransi. Penelitian ini membahas dua tema utama secara bersamaan, yaitu: perempuan & jasa keuangan dan pembiayaan rantai nilai pertanian.

Selain analisis data dan temuan, penelitian ini juga melakukan kegiatan-kegiatan berikut:

1. Pertemuan dengan staf dan pemangku kepentingan terpilih untuk mendapatkan pemahaman tentang poin data yang relevan.
2. Ulasan terhadap data dan temuan untuk temuan yang relevan.
3. Penyajian temuan-temuan utama dan tujuh peluang bagi para mitra SAFIRA.

Penyajian dan laporan dimaksud telah dirancang untuk memasukkan:

1. Wawasan yang relevan (nilai komersial) bagi LK untuk menarik minat penduduk pedesaan, petani (laki-laki dan perempuan).
2. Saran tentang hal yang dapat dilakukan lembaga keuangan dalam menjembatani kesenjangan untuk memenuhi kebutuhan pasar (mengacu pada pembiayaan rantai nilai).
3. Potensi jumlah pelanggan di sektor pertanian serta potensi peminjam perempuan (sebagai bagian dari alasan/justifikasi komersial).
4. Potensi produk/layanan VCF pertanian untuk tiap jenis lembaga keuangan
Peluang pasar di masa depan dan saran yang tepat bagi pembuat kebijakan di industri perbankan, asosiasi lembaga keuangan dan pemerintahan, terkait pembiayaan pertanian.

Laporan ini diawali dengan penggambaran tentang dataset SOFIA dan berbagai kategori pertanyaan yang diajukan selama survei. Analisis statistik deskriptif awal memberikan gambaran umum tentang variabel serta nilai-nilainya dan sejumlah konteks. Kemudian dilakukan analisis statistik rinci untuk mempelajari hubungan dengan hasil spesifik, yang terkait penggunaan layanan keuangan dan variabel status biner. Hasil yang diperoleh dari penerapan teknik-teknik tersebut terhadap database SOFIA kemudian disajikan pada bagian hasil. Secara khusus, diidentifikasi sejumlah peluang bagi lembaga keuangan berdasarkan diskusi interaktif dengan mitra. Akhirnya, di bagian penutup laporan ini disajikan sebuah pembahasan tentang temuan-temuan kunci dan saran bagi para mitra dan pembuat kebijakan.

Data

Database SOFIA selesai pada tahun 2017 dan berisi informasi tentang hampir dua puluh ribu responden dari empat provinsi di Indonesia. Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah melakukan analisis empiris terhadap variabel-variabel yang telah terkumpul dalam SOFIA. Penelitian berbasis data tersedia ini sangat bergantung pada akurasi dan ketersediaan data yang dikumpulkan selama survei.

Kuesioner yang digunakan berisi informasi tentang kategori-kategori berikut:

Karakteristik kependudukan	Sumber-sumber pendapatan	Kepemilikan aset
Kepemilikan lahan	Pemanfaatan layanan keuangan	Akses ke tabungan
Akses ke pinjaman	Akses ke layanan pembayaran	Akses ke asuransi

Contoh variabel penjelas spesifik, antara lain:

- Akses layanan keuangan (formal dan informal)
- Indikator kependudukan (gender, umur)
- Informasi geografis (pedesaan dan perkotaan)
- Sumber pendapatan (frekuensi dan metode)
- Informasi tentang lahan (kegiatan pertanian/kepemilikan)

Dipilih sejumlah variabel bebas agar dapat dilakukan data analitika demi memahami temuan-temuan yang terkait dengan:

- Siapa yang tidak dijangkau dan dijangkau oleh pelayanan perbankan?
 - Sumber dan metode apa yang responden gunakan untuk menerima pendapatannya?
 - Berapa sering responden menerima pendapatan?
 - Literasi keuangan terkait rekening bank dan produk kredit
 - Bagaimana, mengapa, dan berapa jumlah tabungan responden?
 - Bagaimana kredit diakses?
 - Apakah responden menggunakan layanan pembayaran untuk menerima dan mengirim uang?
 - Apakah orang diasuransikan?
-

Akses Keuangan

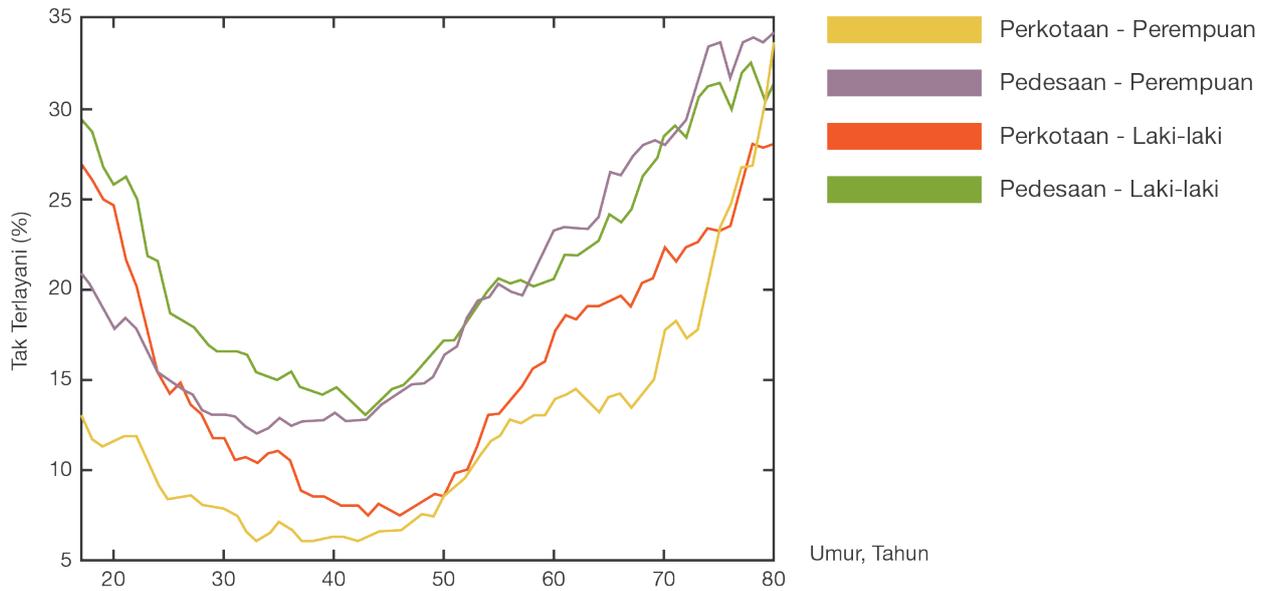
Terdapat banyak definisi untuk akses keuangan. Bank Dunia memberikan definisi yang dapat diterapkan dengan mendeskripsikan akses keuangan sebagai “individu dan bisnis memiliki akses ke produk dan layanan keuangan yang bermanfaat dan terjangkau guna memenuhi kebutuhan mereka (transaksi, pembayaran, tabungan, kredit dan asuransi) yang dilaksanakan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.”

Survei SOFIA menggunakan sejumlah pertanyaan yang dapat dijawab dengan ya/tidak untuk memantau ketidakterlayanan dan aspek akses keuangan lain, seperti akses semi formal, orang yang dilayani secara informal, orang yang dilayani secara formal non-bank dan bank (Gambar 1).



Gambar 1: Diagram skema tentang bagaimana penduduk dapat dipilah berdasarkan akses keuangan

Gambar 2 menunjukkan persentase orang yang tidak terlayani terhadap usia, yang dipilah berdasarkan lokasi dan gender. Kurva tersebut memiliki bentuk yang serupa untuk setiap gender dan tingkat ketidakterlayanan minimum terjadi pada usia 35 tahun untuk perempuan dan 45 tahun untuk laki-laki. Laki-laki di daerah pedesaan paling berpeluang untuk tidak terlayani ketika berumur kurang dari 50 tahun. Wanita di perkotaan dalam semua kelompok usia adalah segmen khusus yang berpeluang paling kecil untuk tidak terlayani.



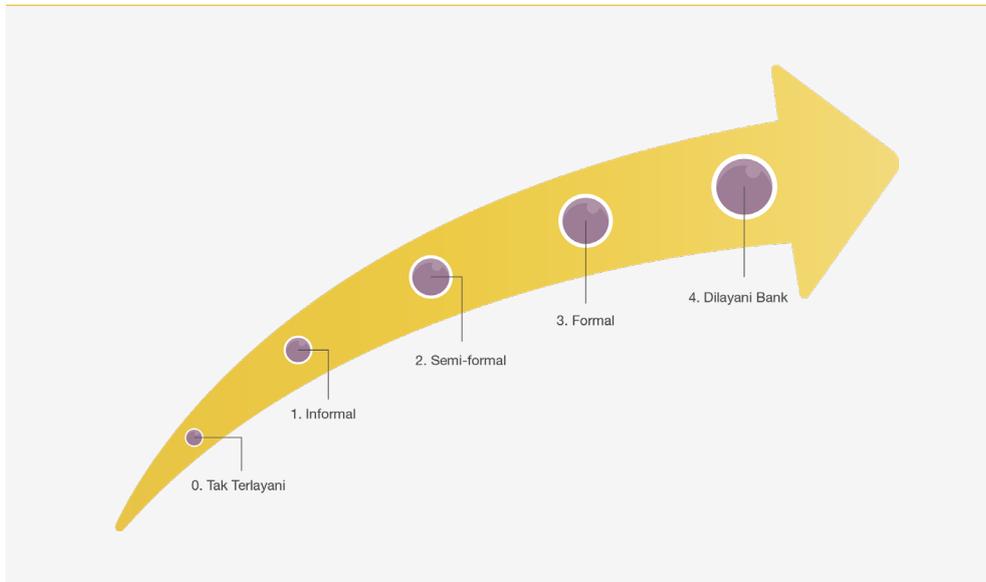
Gambar 2: Persentase tidak terlayani perumur untuk kelompok lokasi-gender berbeda.

Perbandingan responden yang tidak terlayani dan terlayani bank bersifat informatif dan membantu memahami pendorong utama yang memengaruhi hasil-hasil di atas. Dalam banyak hal, mungkin tidak mengejutkan bahwa responden yang tidak terlayani dan yang terlayani bank berada pada kutub berseberangan, serta nilai tinggi atau rendah di bidang pendidikan, pendapatan, PPI dan aset dapat digunakan untuk melakukan prediksi. Demikian pula, tidak mengejutkan bahwa sebagian besar masyarakat pedesaan tidak terlayani. Namun kemampuan untuk membedakan antar kelompok usia bermanfaat dan kami menemukan bahwa responden paruh baya berpotensi besar mendapat pelayanan. Data tersebut tidak hanya memungkinkan untuk menentukan hubungan yang sebenarnya tetapi juga membantu melakukan kuantifikasi besarnya. Hal ini sangat berguna jika lembaga keuangan perlu mempertimbangkan dampak penyasaran pelanggan dari berbagai kelompok dan berupaya mengelola portofolio berisiko (PAR).

Tabel 1: Perbandingan profil responden yang tak terlayani dan terlayani bank.

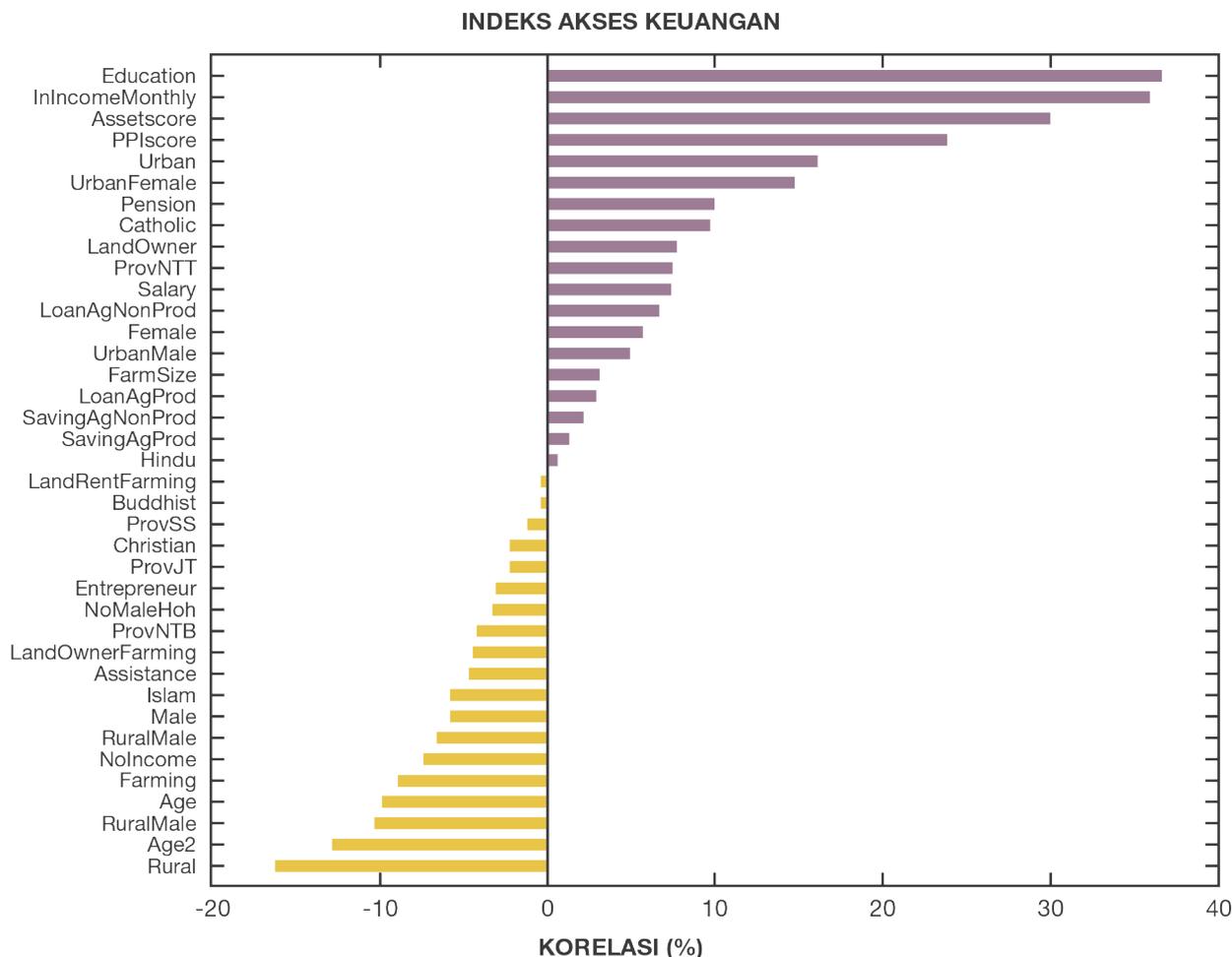
Tidak terlayani	Terlayani bank
Perdesaan	Perkotaan
Umur : < 25 dan > 45	Umur : 25 - 45
Pendapatan rendah	Pendapatan tinggi
Bertani, tak memiliki lahan	Digaji, pensiun
Tingkat pendidikan rendah	Tingkat pendidikan tinggi
Nilai PPI rendah	Nilai PPI tinggi
Nilai aset rendah	Nilai aset tinggi

Adalah bermanfaat untuk memandang akses keuangan sebagai sebuah rangkaian kesatuan pilihan bertahap, walaupun secara ketat akses keuangan terbagi-bagi (Gambar 3). Dengan menggunakan bilangan bulat dari 0 untuk tidak terlayani sampai 4 untuk terlayani perbankan, dapat dirumuskan indeks akses keuangan (AFI) yang mengukur kemajuan di sepanjang rangkaian bertahap ini.



Gambar 3: Indeks akses keuangan yang menunjukkan rangkaian pilihan bertahap mulai tak terlayani sampai terlayani bank.

Dengan demikian, hal ini akan memfasilitasi analisis korelasi, di mana berbagai variabel penjelas berbeda dapat dievaluasi (Gambar 4). Pendidikan merupakan faktor tunggal prediksi positif paling penting, dengan korelasi sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya orang yang mengakses pendidikan, pada akhirnya akses keuangan semakin meningkat. Tinggal di daerah pedesaan merupakan faktor prediksi negatif paling penting, dengan korelasi sebesar -16%. Sejumlah pendorong positif lainnya terdeteksi dan mengindikasikan bahwa perempuan yang hidup di kota merupakan kelompok yang paling mengalami kemajuan. Selanjutnya, para pemilik lahan yang tidak bertani berpeluang lebih besar untuk memiliki akses keuangan.



Gambar 4: Analisis korelasi untuk indeks akses keuangan.

Pemilihan Variabel

Untuk mencoba memahami faktor pendorong hasil-hasil tertentu, perlu disadari bahwa efek kumulatif penggabungan berbagai variabel berpotensi tidak mampu mencapai peningkatan prediktabilitas yang besar. Hal ini diakibatkan banyaknya variabel tersedia yang memiliki korelasi kuat sehingga perlu memilih salah satu dari beberapa variabel. Hal ini merupakan bahan pertimbangan penting untuk skalabilitas tiap penilaian/*scorecard* yang diusulkan untuk diterapkan di masa depan karena pilihan variabel terutama ditentukan kemudahan mengakses atau mengukurnya.

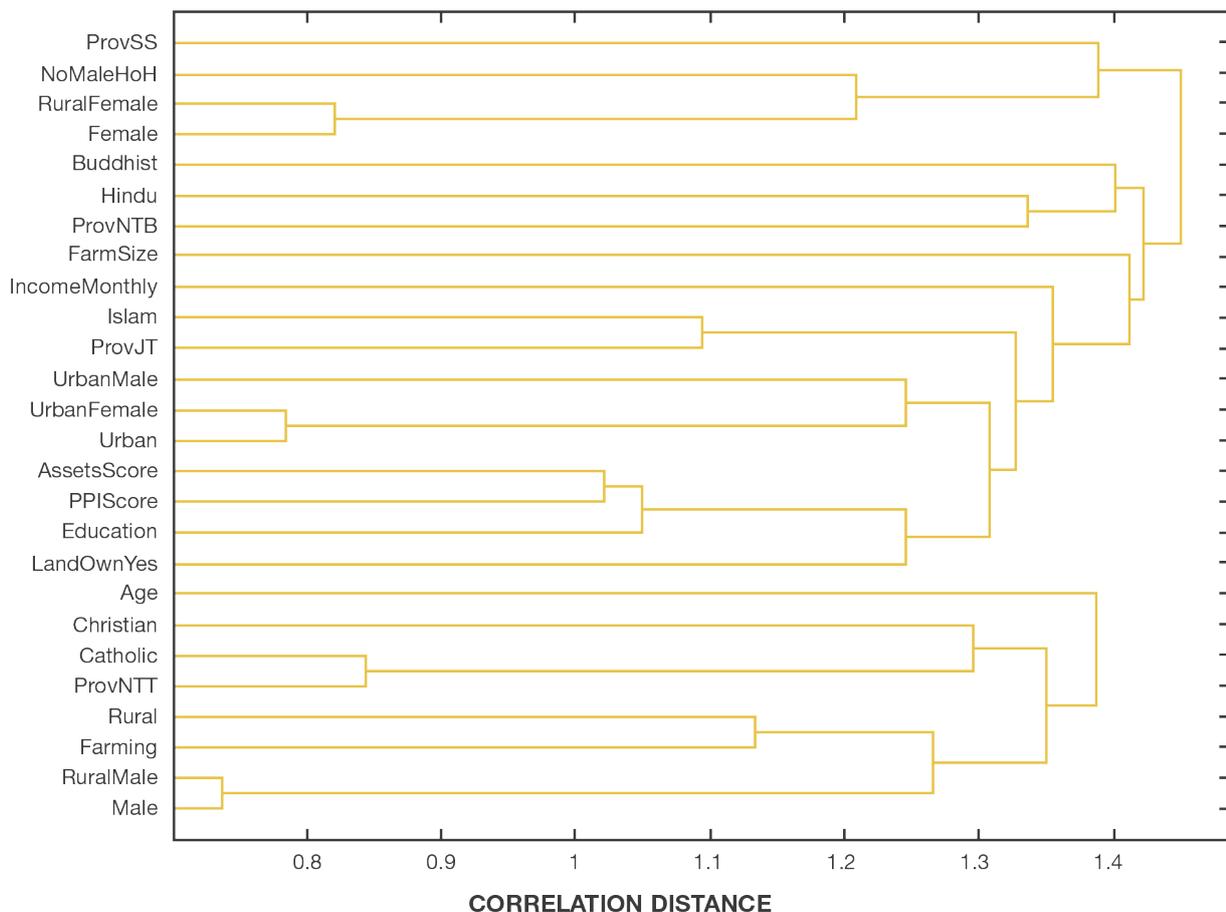
Dengan menyusun matriks korelasi berpasangan menggunakan semua variabel yang tersedia, dimungkinkan untuk menentukan jarak korelasi. Jarak ini menjadi cara untuk mengukur kemiripan antara variabel dan dapat memfasilitasi penyusunan dendrogram (Gambar 5). Secara khusus, dendrogram menyoroti sejumlah hal:

Pendidikan, angka PPI dan Angka Aset saling berkorelasi kuat

Pertanian dan responden pedesaan saling berkorelasi

Kepemilikan lahan berkorelasi lebih kuat dengan responden perkotaan daripada dengan responden pedesaan.

Digunakan pemilihan bertahap untuk mengidentifikasi variabel-variabel dalam tiap penerapan, di mana sebuah model prediktif disusun. Pendekatan ini membantu meningkatkan keakuratan prediksi model yang disusun dan memastikan bahwa model ini berpotensi memunculkan situasi baru.



Gambar 5: Dendrogram yang menunjukkan jarak korelasi antara variabel.

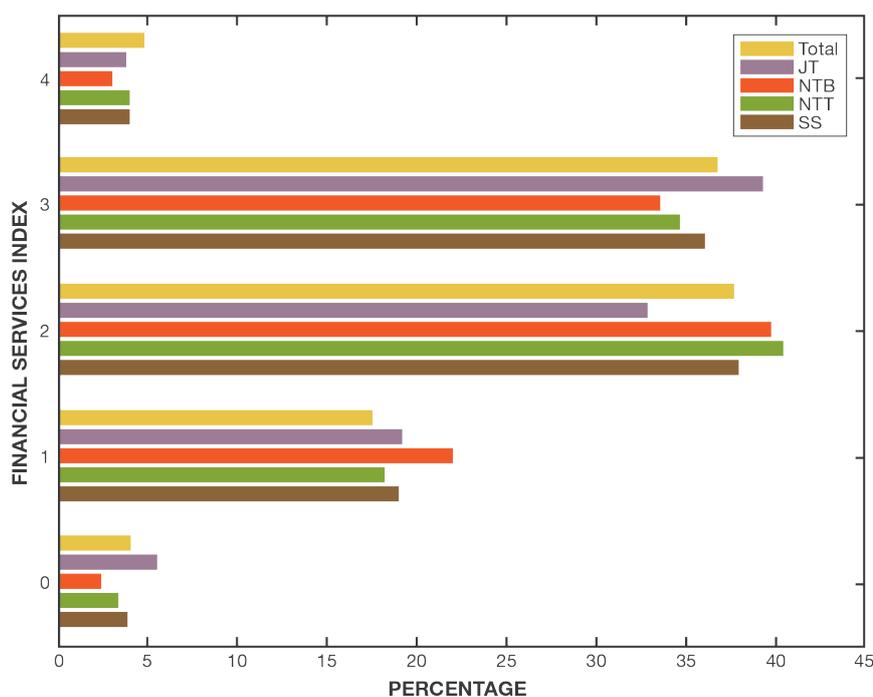
Indeks Layanan Keuangan

Penyusunan indeks untuk jumlah layanan keuangan yang diakses tiap responden dinilai bermanfaat. Indeks ini kemudian digunakan sebagai ukuran jumlah aktual kegiatan yang terkait dengan tiap orang.

Indeks layanan keuangan didefinisikan sebagai:

$$FSI = \text{Tabungan} + \text{Pinjaman} + \text{Pembayaran} + \text{Asuransi},$$

di mana tiap komponen bersifat biner, dan mengindikasikan apakah responden menggunakan atau tidak menggunakan layanan keuangan tertentu. Nilai FSI nol berarti tidak ada penggunaan layanan keuangan dan FSI empat mengindikasikan tingginya penggunaan layanan keuangan. FSI tidak membedakan antar layanan, tetapi mengevaluasi pemanfaatan paket layanan keuangan secara keseluruhan. Indeks FSI kemudian dapat dimanfaatkan untuk memahami pendorong kegiatan yang terkait layanan keuangan. Sebagian besar responden menggunakan dua atau tiga layanan keuangan. Selanjutnya, distribusi FSI relatif sama di keempat provinsi (Gambar 6).



Gambar 6: Indeks Layanan Keuangan (FSI) dipilah berdasarkan provinsi.

Indeks Literasi Keuangan

Indeks literasi keuangan disusun untuk menentukan tingkat literasi keuangan. Mengingat pertanyaan yang diajukan oleh survei SOFIA, indeks ini terbatas pada pemahaman tentang tingkat literasi responden yang memiliki rekening bank dan telah mengakses kredit. Lima pertanyaan tentang layanan rekening bank dan enam pertanyaan tentang informasi kredit dan pinjaman, digunakan untuk menentukan indeks literasi keuangan (FLI) yang nilainya berkisar dari nol (literasi finansial rendah) dan sebelas (literasi finansial tinggi). Indeks ini tidak berkaitan dengan urutan pertanyaan tertentu, melainkan dengan tingkat literasi keuangan secara keseluruhan. Penting untuk dicatat bahwa tingkat FLI yang rendah dapat diakibatkan karena kurangnya pemahaman atau pendidikan responden secara umum atau kegagalan bank untuk menjelaskan layanan secara memadai atau kombinasi keduanya. Sayangnya, indeks ini tidak dapat mengukur tingkat literasi yang mungkin ada sebelum bertemu dengan layanan perbankan.

No	Pertanyaan	Informasi
1	Bagaimana cara menggunakan Kartu ATM dan Mesin ATM	Layanan Rekening Bank
2	Penanganan terhadap kata sandi (untuk internet banking)	
3	Perlindungan PIN	
4	Melindungi dan tidak berbagi kartu ATM dengan orang lain	
5	Biaya layanan perbankan yang digunakan	
6	Biaya, mis. upah dan bunga	Informasi Kredit dan Pinjaman
7	Apa yang Anda perlu bayar - angsuran dan pembayaran kembali dan/atau persyaratan pembayaran minimum	
8	Persetujuan atau kontrak untuk dibawa pulang	
9	Penjelasan verbal tentang hak dan kewajiban responden dalam persetujuan tersebut	
10	Dimana atau siapa yang dihubungi jika tidak puas dengan kontrak atau jika terdapat keluhan?	
11	Apa yang perlu dilakukan jika tidak mampu membayar kembali?	

Profil Pelanggan/Nasabah

Analisis korelasi diterapkan pada berbagai variabel temuan dan digunakan untuk menentukan profil pelanggan potensial yang aktif menggunakan layanan keuangan tertentu.

Layanan	Jenis Profil
Tabungan/ Simpanan	Penabung biasanya perempuan muda perkotaan yang berpendidikan tinggi, berpendapatan tinggi dengan nilai aset dan PPI yang tinggi.
Pinjaman	Peminjam biasanya pemuda perkotaan yang berpendidikan tinggi dengan pendapatan dan nilai aset tinggi. Peluang kepala rumah tangga perempuan mendapatkan pinjaman kecil.
Pengiriman	Pengirim uang biasanya pemilik tanah perkotaan dan pelaku wirausaha, berpendidikan tinggi dengan pendapatan tinggi dan nilai aset dan PPI tinggi. Perempuan pedesaan berpeluang kecil.
Penerimaan	Penerima uang biasanya pemilik lahan pertanian yang lebih tua dan pelaku wirausaha dengan pendapatan tinggi serta nilai aset dan PPI yang tinggi dan sering kali tidak memiliki kepala rumah tangga laki-laki. Tidak mungkin tidak punya pendapatan atau digaji.
Asuransi	Yang dijamin asuransi biasanya orang muda perkotaan yang bergaji, pemilik tanah dan pelaku wirausaha, yang berpendidikan tinggi dengan pendapatan tinggi dan nilai aset dan PPI yang tinggi.
Asuransi Kesehatan	Yang dijamin kesehatannya biasanya penduduk kota yang lebih tua yang menerima gaji atau pensiun (bukan pemilik lahan atau pengusaha), yang berpendidikan tinggi dengan pendapatan rendah dan nilai aset dan PPI yang rendah.

Ada manfaatnya menggunakan analisis korelasi untuk menentukan pendorong keberhasilan yang diukur dengan indeks FSI dan Indeks FLI. Terdapat banyak kesamaan sifat seperti pendapatan tinggi, pendidikan tinggi, PPI tinggi, dan aset tinggi. Namun patut diperhatikan bahwa pemilik tanah yang tidak bertani juga dapat diprediksi. Perempuan perkotaan memiliki nilai FSI tinggi dan laki-laki perkotaan memiliki nilai FLI tinggi.

Tabel 2: Profil yang memiliki nilai FSI dan FLI tinggi.

FSI

Perempuan - Perkotaan
Lebih muda
Pendapatan tinggi
Digaji, pensiun, pemilik tanah, pelaku wirausaha
Memiliki tanah tetapi tak bertani
Tingkat pendidikan tinggi
Nilai PPI tinggi
Nilai aset tinggi

FLI

Laki-laki - Perkotaan
Lebih muda
Pendapatan tinggi
Digaji, pensiun, pemilik tanah, pelaku wirausaha
Memiliki tanah tetapi tak bertani
Tingkat pendidikan tinggi
Nilai PPI tinggi
Nilai aset tinggi

Peluang

Database SOFIA menawarkan potensi yang besar untuk mengekstrak wawasan yang dapat ditindaklanjuti serta mengidentifikasi peluang bagi lembaga keuangan yang bermitra dengan SAFIRA. Untuk mengungkap peluang-peluang tersebut, di bawah ini disajikan analisis data spesifik yang digabungkan dengan ide-ide yang diajukan oleh pakar. Jika memungkinkan, dijelaskan pula ukuran pasar sebagai persentase terhadap populasi dan rincian profil yang relevan.

Peluang 1.

Follow the Cash

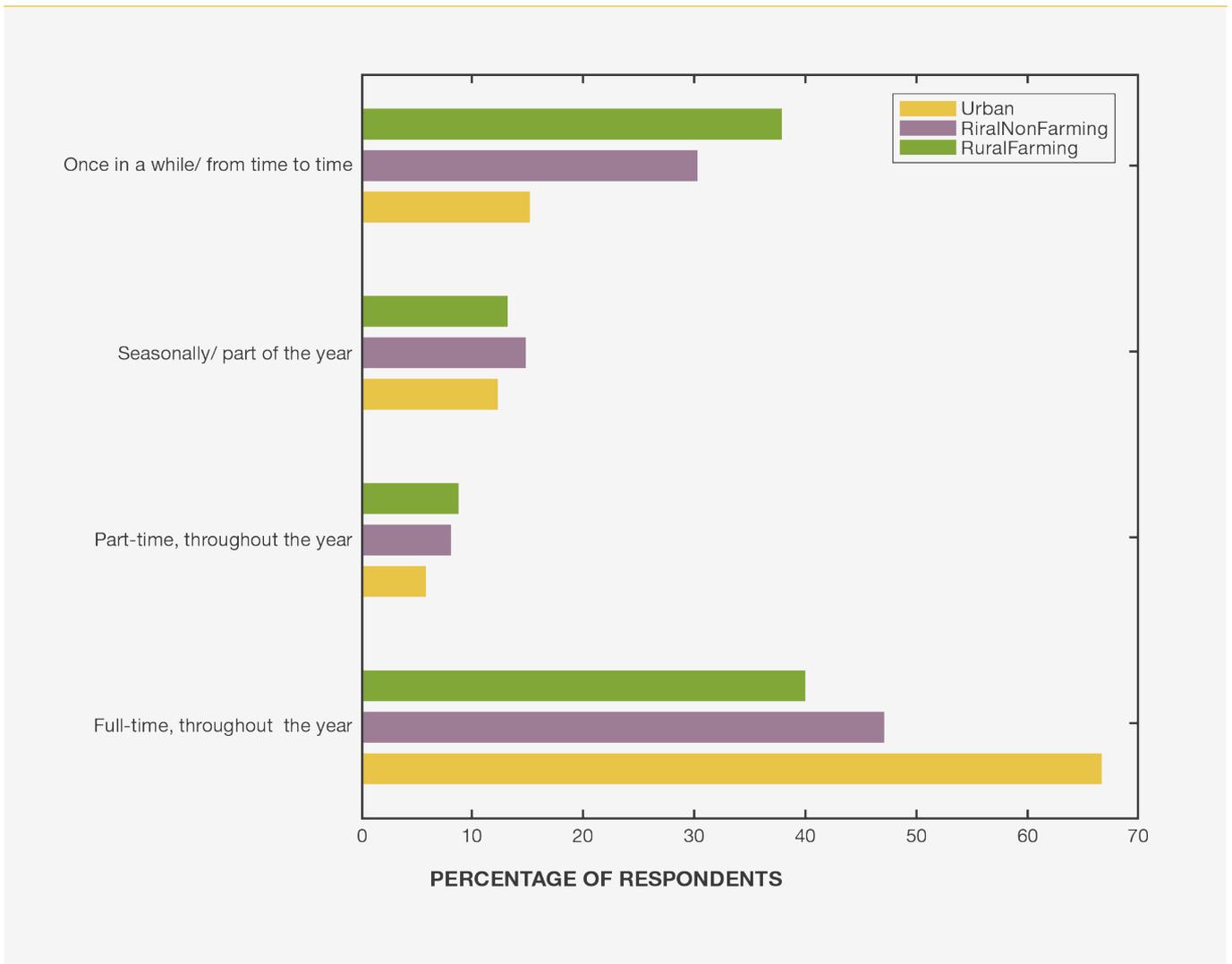
Penting untuk memahami bahwa walau orang yang hidup di kota dan pedesaan biasanya memiliki profil yang sangat berbeda, masyarakat pedesaan yang tidak bertani memiliki sifat yang serupa dengan masyarakat kota yang tak bertani dan bisa menjadi segmen yang menarik bagi lembaga-lembaga keuangan untuk fokus ketika menguji coba produk baru.

Frekuensi pendapatan umumnya lebih tinggi di perkotaan dibanding pedesaan. Tetapi hal ini tidak berarti bahwa tidak ada potensi untuk menjangkau pelanggan baru. Profil pedesaan yang tidak bertani berada di antara profil perkotaan dan pedesaan yang bertani, sehingga ada potensi untuk layanan keuangan.

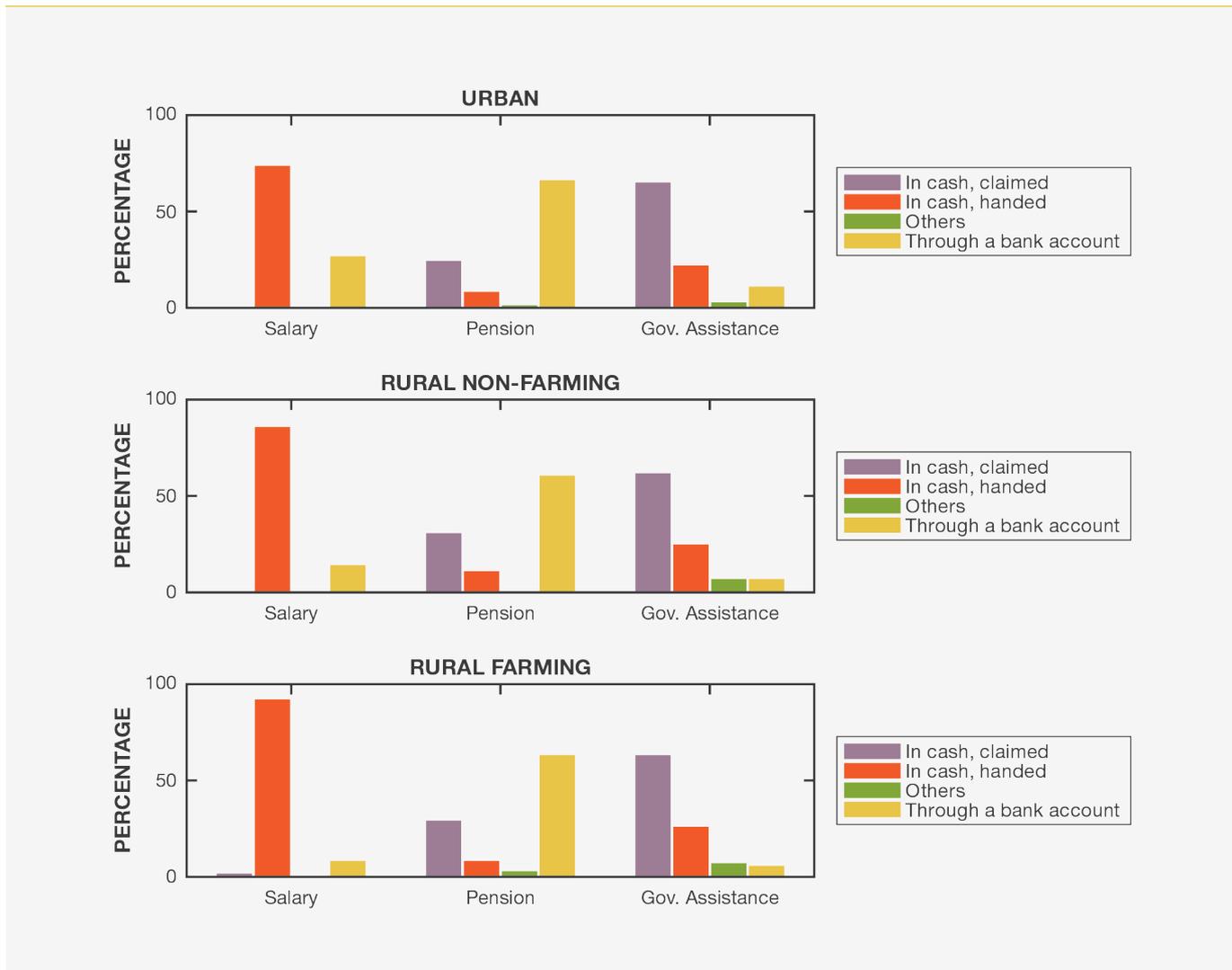
Salah satu cara untuk mengukur potensi layanan keuangan adalah dengan melakukan analisis terhadap frekuensi pendapatan responden yang menerima gaji atau upah (Gambar 7).

Data tersebut juga memungkinkan untuk dilakukannya analisis sumber dan metode menerima pendapatan (Gambar 8). Persentase responden yang mendapatkan pelayanan perbankan di pedesaan lebih rendah untuk ketiga sumber pendapatan. Profil non-bertani pedesaan mirip dengan non-bertani perkotaan, sehingga mengindikasikan adanya potensi ketertarikan untuk mengakses layanan keuangan. Pendekatan yang disarankan adalah menjangkau orang-orang yang mendapatkan gaji tersebut dengan mengidentifikasi perusahaan yang mempekerjakan mereka dan mengupayakan agar mereka beralih ke layanan perbankan formal.

Ini merupakan mekanisme untuk menyasar pelanggan/nasabah potensial yang tinggal di pedesaan, yang sumber penerimaan utamanya adalah gaji yang diterima sepanjang tahun dalam bentuk uang tunai (langsung atau diklaim di loket pembayaran). Persentase kelompok sasaran ini adalah 5,3% dari penduduk. Profilnya adalah petani pemilik lahan pedesaan, yang biasanya berpendidikan baik dengan tingkat pendapatan tinggi. Proses ini kemudian dapat diperluas ke seluruh negara menggunakan sumber data lain yang mengandung variabel yang dibutuhkan.



Gambar 3: Indeks akses keuangan yang menunjukkan rangkaian pilihan bertahap mulai tak terlayani sampai terlayani bank.

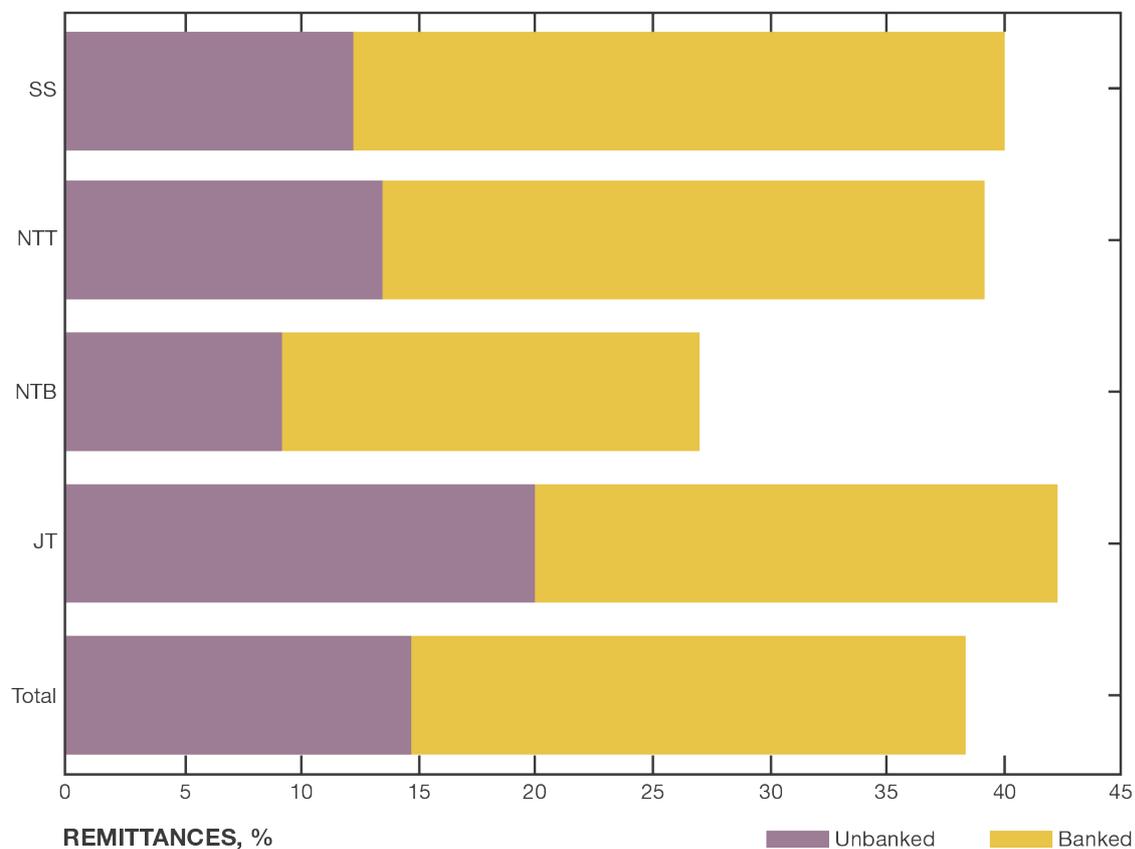


Gambar 3: Indeks akses keuangan yang menunjukkan rangkaian pilihan bertahap mulai tak terlayani sampai terlayani bank.

Peluang 2.

Pengirim yang Tak Terlayani Bank

Peluang berikutnya didapatkan dengan melakukan investigasi terhadap para responden yang mengirim uang. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa provinsi Jawa Timur memiliki persentase tertinggi pengirim yang tidak terlayani bank (20%) dan menawarkan potensi terbesar untuk memasuki pasar yang belum tersentuh ini (Gambar 9). Kelompok sasaran ini, yang dikenal sebagai “Pengirim tak terlayani bank”, berjumlah 14,6% dari penduduk. Profil dari nasabah potensial ini biasanya laki-laki pedesaan, bertani dan memiliki lahan pertanian yang luas, pelaku wirausaha dengan tingkat pendidikan dan angka PPI yang rendah.



Gambar 9: Persentase responden yang mengirim uang berdasarkan kategori terlayani dan tidak terlayani bank.

Keterangan:

SS : Sulawesi Selatan

NTT : Nusa Tenggara Timur

NTB : Nusa Tenggara Barat

JT : Jawa Timur

Peluang 3.

Risiko Kesehatan yang Dialihkan

Peluang berikutnya muncul dari kesadaran bahwa banyak orang yang hidup di desa memiliki akses ke asuransi kesehatan melalui fasilitas kesehatan pemerintah. Orang-orang yang memiliki asuransi kesehatan ini terlindungi dari kondisi kesehatan pencari nafkah utama yang buruk sehingga tidak dapat membayar kembali pinjaman. Karena itu, risiko keuangan yang terkait dengan potensi dampak buruk tersebut telah dialihkan oleh program asuransi kesehatan pemerintah. Hal ini menawarkan cara yang menarik untuk menasarakat pedesaan dengan pinjaman dan risiko gagal bayar yang lebih rendah. Sarannya adalah untuk menasarakat pedesaan yang memiliki asuransi kesehatan, yang secara umum memiliki risiko gagal bayar yang lebih rendah. Kelompok sasaran ini berjumlah 32,3% dari penduduk. Profil ini terdiri dari penduduk pedesaan baik yang memiliki maupun yang menyewakan lahan. Segmen masyarakat pedesaan ini dapat referensi silang dengan wilayah-wilayah yang diidentifikasi sebelumnya, yang tercatat mengalami kekurangan akses layanan keuangan.

Peluang 4.

Layanan Populer

Informasi yang terkandung dalam database SOFIA menawarkan rincian tentang probabilitas responden yang memiliki akses ke berbagai layanan keuangan berbeda. Empat layanan yang diperhitungkan adalah simpanan/tabungan, pinjaman, pembayaran dan asuransi. Probabilitas memiliki satu atau dua layanan keuangan disajikan sebagai probabilitas gabungan. Pinjaman merupakan layanan paling populer (86%) dan asuransi adalah layanan yang paling tidak populer (6%). Pinjaman dan pembayaran adalah pasangan paling populer yang diakses (58%).

Tabel 3: Probabilitas mengakses dua layanan keuangan.

Prob (i&j)	Simpanan	Pinjaman	Pembayaran	Asuransi
Simpanan	60%	53%	42%	5%
Pinjaman		86%	58%	5%
Pembayaran			66%	5%
Asuransi				6%

Peluang 5.

Penjualan Silang

Analisis penjualan silang menggunakan probabilitas bersyarat untuk mengevaluasi potensi menjual layanan tambahan kepada pelanggan/nasabah. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan pengetahuan bahwa seorang pelanggan/nasabah menggunakan satu layanan tertentu untuk menentukan layanan apa yang mereka mungkin minati. Probabilitas bersyarat menghitung peluang penggunaan layanan lainnya saat suatu layanan tertentu sedang digunakan. Probabilitas-probabilitas untuk keempat layanan disajikan pada Tabel 4.

Tumpang tindih yang substansial dalam pemanfaatan layanan keuangan mengindikasikan peluang untuk penjualan silang produk. Potensi penjualan silang teridentifikasi bagi pelanggan/nasabah dengan asuransi, yang berpotensi membutuhkan tiga layanan lain (simpanan, pinjaman, pembayaran). Pelanggan/nasabah yang sudah menggunakan satu produk berpeluang besar untuk menginginkan pinjaman.

Tabel 4: Probabilitas bersyarat untuk tiap layanan kalau satu layanan lain sedang diakses atau digunakan.

Prob (i&j)	Simpanan	Pinjaman	Pembayaran	Asuransi
Simpanan	100%	88%	71%	8%
Pinjaman	61%	100%	68%	6%
Pembayaran	64%	88%	100%	7%
Asuransi	83%	93%	80%	100%

Peluang 6.

Akses yang Tidak Memadai

Potensi paling besar data yang muncul dari konstruksi model matematika dan statistik, tidak hanya menangkap pola historis tetapi juga mampu meningkatkan pemahaman tentang apa yang berpeluang berhasil bagi pelanggan baru, dengan situasi yang dapat terjadi di masa depan. Kemampuan model seperti ini untuk melakukan generalisasi tentang situasi baru bergantung pada uji signifikansi statistik yang cermat, sehingga sangat penting untuk membedakan hubungan sebenarnya dengan pola yang timbul secara kebetulan. Peran analisis prediktif dipelajari untuk mengekstrak wawasan di tingkat individu dan agregasi ke skala wilayah.

Regresi dapat digunakan untuk memperkirakan AFI tiap orang dengan menggunakan kombinasi variabel. Digunakan pendekatan bertahap dalam memilih variabel dan membangun sebuah model statistik untuk menjelaskan AFI di tingkat individu. AFI hasil prediksi dapat juga digunakan untuk menginterpretasi responden individu atau pelanggan/nasabah baru potensial. Keakuratan model ini telah diukur menggunakan korelasi 51% dan mencapai angka galat mutlak rata-rata (MAE) 0,69, yaitu kurang dari satu unit AFI yang dikuantasi, yang rentangnya melebihi interval tersebut [0,4].

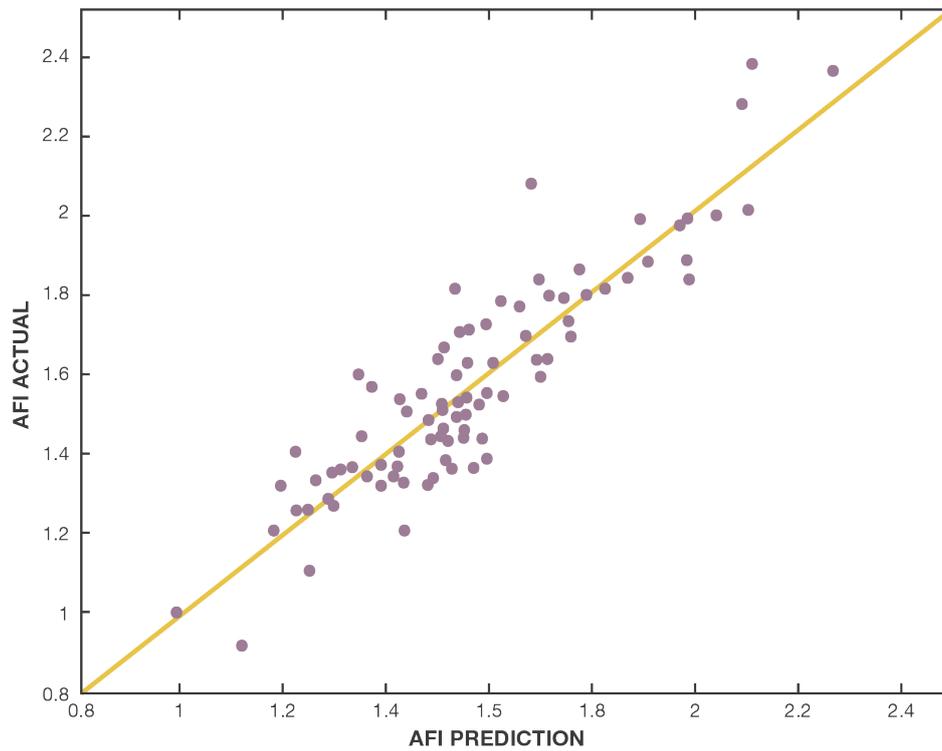
Langkah berikutnya adalah mempertimbangkan bagaimana model tersebut berhasil di tingkat wilayah. Dataset SOFIA terdiri dari total $N_d = 92$ wilayah. Untuk membangun model regresi akses keuangan pada tingkat agregat ini, dibutuhkan perkiraan AFI rata-rata semua responden di tiap wilayah. Dengan melakukan agregasi antar kelompok, biasanya memungkinkan untuk meningkatkan akurasi model ini, seperti yang menjadi temuan pada penelitian ini. Di tingkat wilayah, akurasi model yang dicapai memiliki korelasi 90% dan MAE sebesar 0,09. Ini merupakan penurunan delapan kali lipat dalam MAE dengan mengevaluasi pendekatan di tingkat wilayah.

Perbandingan antara prediksi dan akses keuangan aktual menyoroti wilayah tertentu yang memiliki galat mutlak/absolute error yang besar dan dapat dipandang sebagai pencilan/outlier (Gambar 10). Model regresi ini menggunakan semua data yang tersedia untuk melakukan upaya terbaik dalam meramalkan akses keuangan sesuai dengan AFI. Tiap penyimpangan dari prediksi menawarkan informasi yang bisa bermanfaat, yang dapat membantu menyasar wilayah tertentu. Didefinisikan sebuah surprise factor untuk mengukur persentase penyimpangan keadaan sebenarnya dari prediksi:

$$\text{Surprise} = (\text{Aktual} - \text{Prediksi}) / 0,5 * (\text{Aktual} + \text{Prediksi}).$$

Dengan peringkat *surprise factor*, maka memungkinkan untuk menyusun sebuah daftar ringkas wilayah yang perlu diteliti lebih lanjut (Tabel 5). Hipotesisnya adalah bahwa wilayah-wilayah yang memiliki AFI aktual yang lebih rendah daripada AFI prediksi merupakan calon ideal untuk meningkatkan akses keuangan. Juga diharapkan bahwa wilayah-wilayah tersebut, yang saat ini memiliki akses yang lebih rendah dari harapan, dapat menjadi potensi tertinggi dalam mengembangkan sumber daya tambahan, yang diharapkan meningkatkan akses keuangan di masa depan. Namun perlu diingat bahwa walaupun cakupan variabel database SOFIA yang luas untuk menjelaskan akses keuangan, database tersebut tidak mengukur infrastruktur atau konektivitas. Karena itu disarankan untuk menyempurnakan daftar pendek tersebut setelah mempelajari alasan lain bagi rendahnya akses keuangan.

Wilayah-wilayah yang telah teridentifikasi secara umum tidak terhubung dengan kegiatan ekonomi karena lokasi yang terpencil, biasanya sulit dijangkau dengan jalan dan konektivitas jaringan. Diskusi dengan staf SAFIRA mengungkap bahwa wilayah-wilayah tersebut mungkin sudah matang untuk diperkenalkan pada produk-produk Pembiayaan Rantai Nilai (VCF). Sebagai contoh, wilayah Sumenep telah mendapatkan subsidi input jagung melalui kartu petani dan bisa berpotensi untuk VCF. Peringkat wilayah dapat digabungkan dengan indikator lain untuk mengambil keputusan akhir tentang lokasi uji coba produk baru.



Gambar 10: AFI aktual versus AFI prediksi.

Tabel 5: Wilayah-wilayah yang teridentifikasi memiliki AFI aktual yang jauh lebih rendah dari AFI prediksi, diukur dengan surprise factor.

Prob (i&j)	Prov	Peringkat	Aktual	Prediksi	Surprise
Bangkalan	JT	1	0.91	1.11	-19.9
Wajo	SS	2	1.20	1.43	-17.9
Nganjuk	JT	3	1.38	1.59	-14.7
Manggarai Timur	NTT	4	1.36	1.57	-14.4
Sumenep	JT	5	1.10	1.24	-12.6
Madiun	JT	6	1.35	1.52	-12.0
Pasuruan	JT	7	1.31	1.48	-11.6
Blitar	JT	8	1.33	1.49	-11.1
Kediri	JT	9	1.42	1.58	-10.5
Bima	NTB	10	1.43	1.58	-10.4

Keterangan:

SS : Sulawesi Selatan

NTT : Nusa Tenggara Timur

NTB : Nusa Tenggara Barat

JT : Jawa Timur

Peluang 7.

Menyasar MOA

Pemilihan kelompok yang tepat untuk peningkatan akses keuangan perlu menyertakan beberapa pertimbangan. Nasabah sasaran perlu memiliki potensi peningkatan AFI, melek keuangan dan berminat mengakses layanan keuangan. Indeks kesesuaian dapat disusun dan digunakan untuk menentukan pelanggan/nasabah sasaran dan wilayah yang memiliki persentase sasaran nasabah yang tinggi. Idealnya, rancangan indeks kesesuaian merupakan sebuah proses berulang yang membutuhkan konsultasi dengan berbagai LK dan mitra.

Salah satu pendekatan yang dapat diambil untuk memikirkan tentang kelompok sasaran ini adalah mempertimbangkan literatur pemasaran seputar permintaan akan produk dan layanan baru. MacInnis et al. (1991) menyarankan untuk mengidentifikasi tiga pendorong utama permintaan, yaitu: *motivasi/motivation*, *peluang/opportunity* dan *kemampuan/ability* (MOA)¹.

Kerangka MOA merupakan cara yang bermanfaat untuk memikirkan tentang nasabah/pelanggan yang potensial untuk layanan keuangan:

1. *Motivasi/Motivation*:
Apakah ada kebutuhan dan permintaan?
2. *Peluang/Opportunity*:
Dapatkah layanan keuangan membantu dan apakah ada alasan/justifikasi bisnis?
3. *Kemampuan/Ability*:
Apakah literasi keuangan memadai?

Lembaga-lembaga keuangan dapat menyediakan infrastruktur dan tenaga yang diperlukan demi memfasilitasi akses layanan, tetapi lembaga-lembaga tersebut perlu terlebih dahulu yakin bahwa ada motivasi, peluang, dan kemampuan. Dataset SOFIA dapat digunakan untuk menganalisis tiap faktor tersebut secara berurutan.

Motivasi dapat diukur menggunakan dataset SOFIA untuk mengevaluasi permintaan akan layanan (FSI). Peluang dapat diprediksi dan disimpulkan dari berbagai studi berbeda (mis. keuntungan komersial peningkatan partisipasi perempuan). Kemampuan tercermin dari literasi keuangan dan dapat diukur menggunakan data SOFIA (FLI).

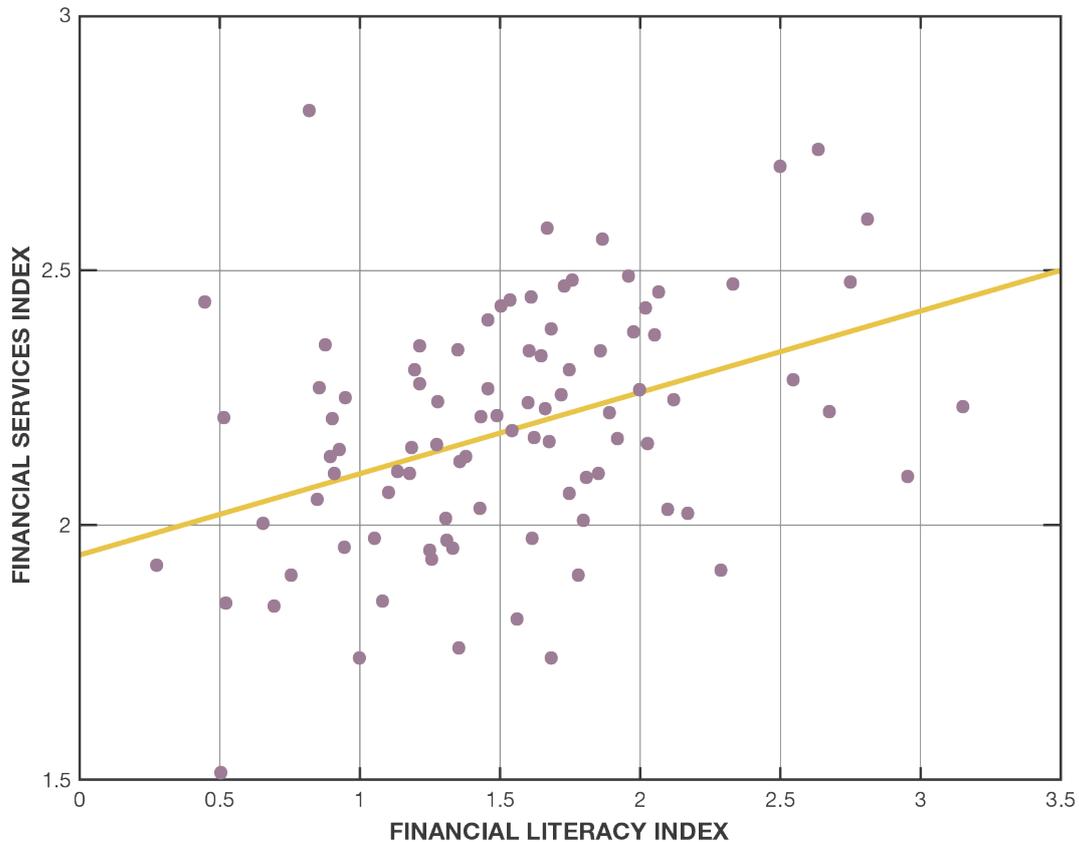
Pendekatan penentuan sasaran menggunakan MOA ini ditunjukkan dengan menganalisis titik temu antara FSI dan FLI di tingkat wilayah. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi wilayah-wilayah dengan tingkat permintaan yang tidak cukup memadai dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan. Langkah pertama adalah menggunakan literasi keuangan untuk memprediksi layanan keuangan. Hal ini dilakukan menggunakan model regresi linier sederhana:

$$FSI^A = a + b \cdot FLI,$$

di mana FSI^A adalah FSI prediksi. Korelasi antara FLI dan FSI adalah 35% dan diharapkan bahwa layanan keuangan dan literasi keuangan meningkat secara bersamaan.

Perlu dicatat sekali lagi bahwa wilayah-wilayah pencilan/*outlier* menarik karena butuh perhatian khusus. Langkah kedua adalah fokus pada galat negatif yang besar di mana indeks layanan keuangan aktual lebih rendah daripada prediksi model. Dengan peringkat wilayah-wilayah berdasarkan surprise factor, dapat ditentukan prioritas intervensi. Langkah ketiga, misalnya, dapat diidentifikasi perempuan di wilayah-wilayah tersebut dan menawarkan layanan keuangan yang sensitif gender.

¹MacInnis, Moorman, Jaworski (1991). Enhancing and measuring consumers' *motivation, opportunity, and ability* to process brand information from ads. *Journal of Marketing* 55: 32-53.



Gambar 11: Indeks Layanan Keuangan/Financial services index (FSI) versus Indeks Literasi Keuangan/financial literacy index (FLI). Garis merah menunjukkan kecocokan yang diperoleh menggunakan model regresi linier tersebut.

Tabel 6: Wilayah-wilayah yang teridentifikasi memiliki FSI aktual di bawah FSI prediksi.

Prob (i&j)	Prov	Peringkat	Aktual	Prediksi	Surprise
Sabu Rajjua	1	1.5	2.0	0.5	-29.2%
Madiun	2	1.7	2.2	1.7	-23.8%
Situbondo	3	1.8	2.2	1.3	-20.5%
Probolinggo	4	1.7	2.1	1.0	-18.9%
Ngawi	5	1.8	2.2	1.6	-18.8%
Barru	6	1.9	2.3	2.3	-18.6%
Wajo	7	1.9	2.2	1.8	-15.9%
Luwu Timur	8	2.1	2.4	3.0	-14.2%
Sumba Timur	9	1.9	2.1	1.1	-13.4%
Maros	10	2.0	2.3	2.2	-12.4%

Gender & Layanan Keuangan



Penyelidikan terhadap berbagai layanan keuangan berbeda menggarisbawahi sejumlah bidang di mana perempuan lebih maju atau lebih tertinggal dibanding laki-laki. Hal ini menjadi dorongan untuk menciptakan produk-produk dan layanan-layanan baru yang tidak hanya menarik bagi perempuan tetapi juga mengatasi tantangan-tantangan yang mereka perlu atasi. SAFIRA juga telah menugaskan diadakannya sebuah studi komprehensif tentang proposisi menarik yang ditawarkan perempuan terhadap lembaga keuangan dalam hal layanan keuangan².

Temuan-temuan yang menunjukkan perbedaan mencolok antar gender antara lain sebagai berikut:

Laki-laki muda (< 45 tahun) lebih berpeluang untuk tidak terlayani secara keuangan.

Perempuan lebih berpeluang untuk menabung dan mempunyai asuransi kesehatan.

Perempuan berpeluang lebih kecil untuk meminjam, mengirim & menerima uang dan memiliki asuransi kesehatan.

Untuk pemanfaatan layanan keuangan secara keseluruhan (FSI), perempuan di perkotaan merupakan pengguna terbaik.

Untuk literasi keuangan (FLI), perempuan di perkotaan tidak memiliki angka setinggi laki-laki di perkotaan.

Perlu digarisbawahi bahwa perbedaan-perbedaan tersebut tidak hanya terjadi antar gender, tetapi juga lokasi, yaitu perkotaan dan pedesaan. Ditemukan bahwa secara keseluruhan, perbedaan antar perkotaan/pedesaan jauh lebih besar daripada perbedaan gender. Untuk penentuannya digunakan tujuh ukuran, yaitu status akses keuangan (dilayani, dan tidak dilayani bank) dan lima layanan keuangan (simpanan/tabungan, pinjaman, pembayaran, asuransi dan asuransi kesehatan). Laki-laki di perkotaan melampaui kelompok-kelompok lain pada empat dari tujuh ukuran tersebut. Perempuan di perkotaan melampaui kelompok lain pada tiga dari keempat ukuran dimaksud.

Analisis yang lebih luas tentang status akses keuangan dan pemanfaatan berbagai layanan keuangan juga disajikan (Tabel 8). Dalam tabel tersebut sekali lagi jelas bahwa penduduk perkotaan memiliki kinerja terbaik di semua ukuran. Pengecualian yang terjadi adalah pada laki-laki di pedesaan yang paling berpeluang menggunakan jasa pembayaran untuk menerima uang. Terdapat variasi yang cukup besar dalam pemanfaatan layanan berdasarkan provinsi, tetapi tidak ada provinsi yang kinerjanya dominan rendah atau tinggi.

²SAFIRA (2018). Commercial Opportunities to Expand Financial Services: Women.

Tabel 7: Perbandingan persentase responden yang dipilih berdasarkan lokasi dan gender.

Ukuran	Laki-Laki Perkotaan	Perempuan Perkotaan	Laki-Laki Perdesaan	Perempuan Perdesaan
Terlayani Bank	58.2	52.5	39.0	37.9
Tidak Terlayani	13.1	9.6	19.0	17.0
Simpanan	60.7	72.3	49.0	60.6
Pinjaman	88.9	84.4	86.3	84.6
Transfer	71.0	69.0	66.2	62.9
Asuransi	13.1	8.8	4.2	2.8
Asuransi Kesehatan	50.9	51.0	48.5	50.1

Tabel 8: Peringkat kinerja provinsi, lokasi, dan gender berbeda untuk temuan berbeda.

Ukuran	Laki-Laki Perkotaan	Perempuan Perkotaan	Laki-Laki Perdesaan	Perempuan Perdesaan
Terlayani Bank	JT	NTT	RurMal	UrbFem
Tidak Terlayani	AFI	AFI	ADI	RurFem
AFI	NTT	NTB	UrbFem	RurMal
Simpanan	NTT	JT	UrbFem	RurMal
Pinjaman	NTB	SS	UrbMal	RurFem
Pengiriman	JT	NTB	UrbMal	RurFem
Penerimaan	SS	NTT	UrbMal	RurFem
Asuransi	JT	NTB	UrbMal	RurFem
Asuransi Kes.	NTT	JT	UrbFem	RurMal
FSI	SS	NTB	UrbFem	RurMal
FLI	SS	NTT	UrbMal	RurFem

Keterangan:

UrbMal : Laki-laki Perkotaan

UrbFem : Perempuan Perkotaan

SS : Sulawesi Selatan

NTT : Nusa Tenggara Timur

RurMal : Laki-laki Pedesaan

RurFem : Perempuan Pedesaan

NTB : Nusa Tenggara Barat

JT : Jawa Timur

Pembiayaan Pertanian

SAFIRA secara khusus bertujuan untuk meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat petani di pedesaan. Sejumlah temuan mengemuka terkait segmen masyarakat tersebut:

1. Layanan keuangan saat ini digunakan untuk simpanan dan peminjaman yang terkait dengan produktivitas dan non-produktivitas pertanian.
2. Para petani jarang menggunakan seluruh rangkaian layanan keuangan.
3. Para petani lebih berpeluang menerima daripada mengirim uang menggunakan layanan pembayaran.
4. Terdapat kekurangan asuransi yang memprihatinkan bagi para petani (baik yang menyewa maupun yang memiliki lahan).

Ketiga kelompok sasaran yang teridentifikasi, yaitu “Ikut Uang Tunai”, “Risiko Kesehatan yang Dialihkan” dan “Pengirim yang Tidak Terlayani” akan meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat pedesaan. Disarankan untuk menjajaki tentang bagaimana hubungan-hubungan yang ada saat ini dapat digunakan untuk mendukung penciptaan/pengembangan produk-produk pembiayaan rantai nilai (VCF) yang inovatif. Sebagai contoh, wilayah Sumenep telah menerima subsidi input jagung melalui kartu petani dan hal ini bisa berpotensi untuk uji coba produk-produk VCF baru.

Kesimpulan

Dataset SOFIA merupakan aset penting yang dapat digunakan untuk lebih memahami perilaku dan interaksi manusia yang kompleks yang memunculkan konsumsi/pemanfaatan layanan keuangan. Sekitar dua puluh ribu responden dari empat provinsi di Indonesia telah disurvei. Empat jenis layanan keuangan dianalisis, yaitu: simpanan/tabungan, pinjaman, pembayaran dan asuransi. Analisis data mengungkap wawasan yang dapat digeneralisir bagi seluruh wilayah di Indonesia.

Analisis korelasi digunakan untuk menyusun profil nasabah guna mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan temuan untuk orang berbeda. Ditemukan bahwa tempat tinggal responden (perkotaan dan pedesaan) merupakan penentu temuan yang lebih berpengaruh/kuat daripada gender (perempuan dan laki-laki). Profil membantu melakukan segmentasi terhadap pelanggan/nasabah dan menawarkan cara untuk menasar kelompok tertentu dengan tujuan menawarkan layanan keuangan yang inovatif yang akan menarik serta memberi manfaat bagi kelompok yang dituju.

Model-model dibangun untuk menjelaskan temuan/hasil yang berbeda menggunakan pendekatan bertahap dalam memilih variabel penjelas. Perbedaan antara hasil aktual dan prediksi model dapat dipandang sebagai sumber informasi berharga. Peringkat pendekatan digunakan dalam membantu mengidentifikasi peluang potensial di tingkat wilayah.

Pendekatan berulang digunakan untuk menggabungkan hasil data analitika dengan umpan balik dari pakar. Pendekatan konsultatif ini memfasilitasi peralihan dari gagasan menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Telah diidentifikasi dan ditawarkan tujuh pendekatan sebagai saran tindak lanjut untuk meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat petani di pedesaan.

Secara keseluruhan, studi ini telah mengidentifikasi tujuh peluang bagi lembaga-lembaga keuangan:

1. Wilayah yang memiliki akses keuangan yang lebih rendah dari pada prediksi mengindikasikan bahwa alokasi sumber daya memiliki peluang tertinggi untuk memberi dampak
2. Sasar "*Follow the Cash*", yaitu: orang yang tidak mendapat layanan perbankan namun yang saat ini mendapat gaji uang tunai secara teratur
3. Sasar "*Risiko Kesehatan yang Dialihkan*", yaitu: penduduk pedesaan yang memiliki asuransi kesehatan yang didanai pemerintah merupakan kelompok yang memiliki risiko yang relatif lebih rendah.
4. Sasar "*Pengirim yang tidak Terlayani*", berpotensi untuk layanan pembayaran formal serta produk-produk lain.
5. Mulai dengan menawarkan layanan dan pinjaman yang paling populer, kemudian mempertimbangkan layanan pembayaran.
6. Gunakan penjualan silang/*cross-selling* untuk meningkatkan akses keuangan.
7. Wilayah-wilayah yang memiliki permintaan kurang memadai terhadap layanan mengingat literasi keuangannya, merupakan sumber pelanggan/nasabah potensial.

Disarankan bagi mitra SAFIRA untuk mempertimbangkan masing-masing dari ketujuh peluang tersebut sesuai dengan prioritas dan niat masing-masing untuk memperluas penyebaran produk baru. Untuk melaksanakan solusi yang didasari wawasan-wawasan tersebut perlu menggali lebih dalam data SOFIA dan menganalisis data terkait yang dapat diperoleh dari angka-angka nasional. Lebih lanjut, terdapat potensi yang besar dari penggabungan database SOFIA dengan data milik tiap mitra sebagai sumber internal yang terkait dengan pelanggan/nasabah yang sudah ada. Data tersebut memungkinkan dilakukannya evaluasi, tidak hanya terhadap ukuran pasar potensial di wilayah tertentu, tetapi juga profitabilitas dan risiko yang terkait dengan masing-masing kelompok sasaran yang telah teridentifikasi.

