

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Internet Banking Users In Indonesia (2018 Susenas Case Study)

Ngasuko, Tri Achya

1 December 2019

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/98312/>
MPRA Paper No. 98312, posted 26 Jan 2020 05:24 UTC

ORIGINAL ARTICLE

Terobosan Sektor Keuangan di Era Digital,
IPB Press (2019)

Internet Banking Users In Indonesia (2018 Susenas Case Study) *

Tri Achya Ngasuko ^α

^α Center for Financial Sector Policy, Fiscal
Policy Agency, Ministry of Finance
Jakarta 10710, Indonesia

Correspondence

Tri Achya Ngasuko
Center for Financial Sector Policy, Fiscal
Policy Agency, Ministry of Finance,
Jakarta 10710, Indonesia
Email:
ngasuko@gmail.com

The government tries to increase financial inclusion by channeling various social assistance in non-cash, namely through bank accounts, but the results are still not encouraging. Penetration through the supply side, which is also an alternative, is to introduce the mechanism of banking products via the internet, or internet banking. Internet banking is believed to contribute more in increasing financial inclusion in Indonesia. Several studies with the case of Indonesia try to see the effect of demographic factors on a person's desire to use internet banking. However, it is still on a small sample scale. Using 2018 Susenas data, this paper will try to fill the knowledge gap about the extent of the use of internet banking by the Indonesian people on a broader scale, namely at the national level. Also, this paper tries to identify the demographics of internet banking users in Indonesia. This study uses secondary data from 2018 Susenas released by the Central Statistics Agency (BPS). The results of the study revealed that internet banking users by the adult community were still around 23.41%. Furthermore, using the logit model method, this study answers that demographic characteristics such as age, level of education, male gender, occupational status, and location of individuals in urban areas influence positively and significantly on individual decisions to use internet banking.

Keywords: *Financial Inclusion, Internet banking, Susenas 2018*
JEL Code: D14, G21, G28, G51

* Most of the contents of this article have been published in the the anthology book series "Terobosan Sektor Keuangan di Era Digital", IPB Press (2019), with the same title.

ORIGINAL ARTICLE

Terobosan Sektor Keuangan di Era Digital,
IPB Press (2019)

Menakar Pengguna Internet Banking Di Indonesia (Studi Kasus Susenas 2018)*

Tri Achya Ngasuko ^α

^α Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Badan
Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan
Jakarta 10710, Indonesia

Korespondensi

Tri Achya Ngasuko
Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Badan
Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan
Jakarta 10710, Indonesia
Email:
ngasuko@gmail.com

Pemerintah berusaha meningkatkan keuangan inklusif dengan cara menyalurkan berbagai bantuan sosial secara nontunai, yaitu melalui rekening bank, akan tetapi hasilnya masih kurang menggembirakan. Penetrasi melalui sisi supply yang juga merupakan salah satu alternatif adalah dengan mengenalkan mekanisme produk perbankan melalui internet, atau lebih dikenal dengan *internet banking*. *Internet banking* dipercaya akan cukup berkontribusi kepada peningkatan keuangan inklusif di Indonesia. Beberapa penelitian dengan kasus Indonesia mencoba melihat pengaruh faktor demografi terhadap keinginan seseorang untuk menggunakan *internet banking* namun demikian masih dalam skala sampel yang kecil. Dengan menggunakan data Susenas 2018, tulisan ini akan mencoba mengisi *knowledge gap* tentang sejauh mana penggunaan *internet banking* oleh masyarakat Indonesia dalam skala yang lebih luas, yaitu pada level nasional. Lebih jauh, tulisan ini juga mencoba mengidentifikasi demografi pengguna *internet banking* di Indonesia. Kajian ini menggunakan data sekunder dari Susenas tahun 2018 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Hasil kajian mengungkap bahwa pengguna *internet banking* oleh masyarakat dewasa masih sekitar 23,41% saja. Lebih lanjut, dengan menggunakan metode model logit, kajian ini menjawab bahwa karakteristik demografi seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin laki-laki, keformalan pekerjaan, dan lokasi individu di perkotaan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan *internet banking*.

Kata kunci: Keuangan Inklusif; *Internet banking*; Susenas 2018
Kode JEL: D14, G21, G28, G51

* Sebagian besar isi tulisan ini telah dimuat dalam Seri Bunga Rampai "Terobosan Sektor Keuangan di Era Digital", IPB Press (2019) dengan judul yang sama

I. PENDAHULUAN

Meningkatkan daya saing Indonesia diantara negara-negara di dunia sudah menjadi fokus pemerintah sejak lama. Paling tidak, hal itu eksplisit tertulis dalam tema APBN pada tahun 2017 yang menyebutkan bahwa tema APBN adalah Pemantapan pengelolaan fiskal untuk peningkatan daya saing dan mengakselerasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan (Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan, 2017). Meskipun tidak secara eksplisit tertulis dalam tema setiap APBN tiap tahun, pada dasarnya semuanya bermuara kepada satu hal yaitu agar negara kita dapat bersaing dengan negara lain, minimal dengan negara regional kita. Pembangunan infrastruktur dan konektivitas antar pulau juga dalam rangka untuk mendukung tujuan tersebut. Namun demikian, untuk tahun 2019 pemerintah agaknya memberi perhatian kepada peningkatan daya saing melalui sumber daya manusia (Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan, 2019). Bahkan, di tahun 2020 pun sepertinya sumber daya manusia masih akan tetap menjadi fokus pemerintah.

Daya saing ini menjadi fokus karena Indonesia akan menyongsong era bonus demografi dalam beberapa tahun yang akan datang. Menurut Bappenas, Indonesia akan mengalami bonus demografi pada periode 2030 sampai dengan 2040 (Bappenas, 2015). Bahkan penelitian Heryanah (2015) menyatakan bahwa bonus demografi lebih cepat datangnya, yaitu tahun 2023. Nazara (2012) dalam Heryanah (2015) menyatakan bahwa bonus demografi diartikan sebagai keuntungan ekonomis yang berpotensi didapatkan oleh suatu negara karena proporsi penduduk yang produktif lebih banyak dibandingkan dengan yang tidak produktif. Namun demikian, proporsi jumlah penduduk produktif yang melimpahpun tidak akan banyak berguna apabila kita tidak bisa menangkap peluang ekonomi disana. Bonus demografi akan memberikan keuntungan ekonomis apabila jumlah tabungan dari penduduk produktif semakin besar, sehingga dapat memacu investasi dan pertumbuhan ekonomi (Jati, 2015). Terlebih lagi apabila jumlah tabungan yang besar tersebut masuk ke dalam sistem perbankan. Hal ini dapat dikonfirmasi melalui hasil penelitian yang dilakukan di India dalam periode 2001-2013, yang menunjukkan bahwa penetrasi perbankan mempunyai hubungan yang kuat dengan pertumbuhan ekonomi (Sharma, 2016).

Pemerintah dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif telah mencanangkan bahwa pada akhir tahun 2019 tingkat keuangan inklusif Indonesia akan mencapai level 75% (Perpres Nomor 82

Tahun 2016 Tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif, 2016). Mengingat saat ini sudah menjelang akhir tahun 2019 sepertinya masih merupakan suatu pekerjaan rumah yang besar untuk mencapai tujuan tersebut. Memang Pemerintah sudah berusaha meningkatkan keuangan inklusif dengan cara menyalurkan berbagai bantuan sosial secara nontunai, yaitu melalui rekening bank, akan tetapi hasilnya masih kurang menggembirakan. Penetrasi melalui sisi *supply* yang juga merupakan salah satu alternatif adalah dengan mengenalkan mekanisme produk perbankan melalui internet, atau lebih dikenal dengan *internet banking*. *Internet banking* dipercaya akan cukup berkontribusi kepada peningkatan keuangan inklusif di Indonesia.

Terkait dengan *internet banking*, telah banyak peneliti yang melihat tentang beberapa variabel yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *internet banking*. Banyak peneliti menempatkan faktor keamanan sebagai faktor yang dominan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *internet banking* (Candidate, Brasit, & Nursyamsi, 2017; Lee, 2009; Nasri, 2011; Ramavhona & Mokwena, 2016; Sihotang, 2016; Susanto, Lee, Zo, & Ciganek, 2013). Peneliti lain, Ramavhona dan Mokwena (2016) dan Nasri (2011) menambahkan faktor kenyamanan juga turut mempengaruhi seseorang untuk memanfaatkan *internet banking*. Atribut faktor sosial juga mempengaruhi penggunaan *internet banking* (Ahmed Em & Phin Gs, 2018). Susanto, dkk (2018) mengkaji perbedaan pengguna *internet banking* di Indonesia dan Korea Selatan. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa di Korea Selatan, privasi juga merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan *internet banking*, sedangkan di Indonesia faktor privasi masih belum menjadi poin penting. Secara umum, penelitian tentang *internet banking* yang telah disebutkan di atas lebih fokus pada faktor keamanan, kenyamanan, faktor sosial, dan privasi.

Beberapa penelitian dengan kasus Indonesia mencoba melihat pengaruh faktor demografi terhadap keinginan seseorang untuk menggunakan *internet banking*. Ada dua tulisan yang membahas tentang hubungan antara faktor demografi dengan penggunaan *internet banking*, yaitu Harmadi dan Hermana (2005) dan Ahmad, dkk (2015). Hanya saja tulisan Harmadi dan Hermana (2005) menggunakan skala sampel yang sangat sedikit yaitu 30 orang responden, sedangkan tulisan Ahmad, dkk (2015) sudah menggunakan sampel yang lebih banyak, tetapi hanya dalam satu kota saja yaitu Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Dengan menggunakan data Susenas 2018, tulisan ini akan mencoba mengisi *knowledge gap* tentang sejauh mana penggunaan *internet banking* oleh masyarakat Indonesia dalam skala yang lebih luas, yaitu pada level nasional. Lebih jauh, tulisan ini juga mencoba

mengidentifikasi demografi pengguna *internet banking* di Indonesia. Kajian ini menggunakan data sekunder dari Susenas tahun 2018 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

II. STUDI PUSTAKA

Perkembangan Teknologi Internet

Saat ini kita masuk kepada era industri 4.0. Sebagaimana kita ketahui, era revolusi industri pertama hadir ketika ditemukannya mesin uap oleh James Watt di Inggris. Segala mesin produksi mekanik memanfaatkan mesin uap. Hal ini terjadi pada abad ke 18. Pada abad ke 19, dunia memasuki era industri 2.0 dimana produksi mulai diperkenalkan dengan lini industri. Lini industri membuat sistem produksi membutuhkan tenaga terampil sekaligus supply energi yang harus senantiasa terjaga.. Selanjutnya, otomatisasi dengan menggunakan teknologi robot mulai diperkenalkan dalam aktivitas produksi sehingga makin meningkatkan efektivitas dan efisiensi sehingga menekan biaya produksi. Hal ini terjadi di abad 20 dan mulai dikenal dengan era industri 3.0. Di masa sekarang, kita memasuki era industri 4.0 dimana proses produksi dituntut agar dilakukan lebih cerdas dengan menggunakan internet dan memanfaatkan kehadiran *big data*.

Selain sebagai inti dari era industri 4.0, ternyata keberadaan internet juga telah mengubah cara hidup dan bersosialisasi di tengah masyarakat. Hampir semua lini kegiatan masyarakat sehari-hari tidak lepas dari peran internet. Bangun pada pagi hari di awal bulan misalnya, telah menjadi kebiasaan umumnya masyarakat untuk mengecek gaji yang masuk ke rekening bank mereka melalui *internet banking*. Manakala khawatir terjebak kemacetan dan untuk menghemat biaya (pengeluaran), akhirnya kita memutuskan untuk menggunakan transportasi umum, KRL atau MRT misalnya untuk menuju stasiun terdekat, kita keluarkan telepon genggam kita untuk memesan transportasi *online*, memakai internet. Sampai di kantor, telepon genggam juga biasanya dibanjiri dengan notifikasi kalender dan *push email* tentang kegiatan dan pekerjaan harian, tentunya setelah telepon genggam terkoneksi dengan internet. Di siang hari ketika bosan dengan menu masakan yang tersedia di kantin, dengan menggunakan internet juga dapat memesan makan siang secara *online*. Selanjutnya, karena komunikasi dengan kolega dan teman sudah masif menggunakan aplikasi *online messenger*, aplikasi pesan singkat di telepon genggam tidak lagi berisi pesan, melainkan *spam* dan *link* iklan yang mengganggu, meskipun ada juga masyarakat pengguna telepon genggam yang tertarik untuk meng-klik iklan tersebut. Belum lagi di perjalanan pulang muncul notifikasi dari *youtube* dari kanal yang telah di *subscribe* sebelumnya. Sehingga tak heran di moda transportasi umum seperti KRL atau MRT sudah sangat jarang lagi dijumpai

orang saling berbincang-bincang satu dengan lainnya. Semua orang asyik dengan *gadget* masing-masing. Untuk bersosialisasi, kehadiran aplikasi sosial media seperti *facebook* dan *instagram* cukup vital menggantikan cara bersosialisasi konvensional yang sudah dikenal selama ini.

Mungkin tidak semua pengguna telepon genggam memiliki kebiasaan (rutinitas) seperti ilustrasi tersebut. Namun pada akhirnya dimaklumi apabila menemui kondisi yang hampir mirip dengan cerita tersebut. Melihat gambaran di atas, keterikatan dengan internet mungkin hampir sama tingkatannya dengan keterikatan masyarakat dengan energi listrik. Data tahun 2017 dari idEA (*Indonesia E-Commerce Association*) menunjukkan bahwa penetrasi internet Indonesia ada di angka 51%. Artinya, 132 juta dari 260 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Di sisi lain, idEA mencatat bahwa penetrasi telepon seluler hanya berada di angka 35%. Angka ini terdiri dari telepon seluler biasa ataupun telepon seluler yang masuk dalam kategori *smartphone*, dimana kategori tersebut dapat terkoneksi dengan jaringan internet. Namun demikian, pelanggan internet melalui telepon seluler sendiri mencapai 371 juta. Angka ini 142% dibandingkan dengan populasi penduduk Indonesia. Artinya, dapat dipastikan bahwa banyak di antara masyarakat yang memiliki lebih dari satu *gadget* yang terkoneksi dengan internet. Data terbaru tahun 2018 angkanya lebih fantastis. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia yang mencapai 264,16 juta jiwa.

Namun demikian, kami melihat data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2018 menyatakan bahwa pengguna internet jauh lebih kecil. Susenas 2018 menyatakan hanya 39,9% penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Dan, 70% pengguna internet berada di perkotaan. Dilihat dari lokasi pengguna internet, pulau Jawa menempati urutan pertama dengan menempatkan 62,6% penduduknya sebagai pengguna internet. Di tempat kedua adalah pulau Sumatera dengan 19% saja penduduknya yang sudah menggunakan internet.

Keuangan Inklusif Dan Internet Banking

Seperti yang telah disinggung pada bagian awal tulisan ini terdapat fakta masih terdapat selisih yang lebar antara target keuangan inklusif dan realisasi di lapangan pada tahun 2019. Beberapa upaya telah dicoba oleh pemerintah untuk meningkatkan keuangan inklusif antara lain dengan menyalurkan berbagai macam bantuan sosial melalui mekanisme nontunai, artinya bantuan tersebut disalurkan dalam bentuk uang yang ditransfer melalui rekening bank atas nama penerima bantuan sosial. Hal ini diharapkan akan meningkatkan

level keuangan inklusif mengingat jumlah penerima bantuan sosial ini sangat besar mencapai 10 juta keluarga penerima manfaat. Namun demikian, sepertinya mengharapkan peningkatan keuangan inklusif dari para penerima Program Keluarga Harapan (PKH) yang berasal dari keluarga miskin sepertinya sangat tidak memungkinkan karena biasanya mereka langsung menghabiskan dana yang disalurkan seketika setelah dana dicairkan. Atau dengan kata lain mereka tidak menyetor saldo dalam rekening tabungannya. Ngasuko (2018b) melakukan penelitian tentang sejauh mana keluarga yang sudah lulus dari program PKH tetap memiliki tabungan dan terdapat saldo di dalam rekening. Data dari Susenas tahun 2017 menunjukkan bahwa hanya sekitar 94 ribu keluarga saja yang tetap memiliki dan mengakses layanan jasa keuangan formal. Tentunya angka ini sangat kecil dibandingkan jumlah keluarga di Indonesia yang mencapai 69,3 juta keluarga. Dengan kata lain, sumbangan tingkat keuangan inklusif dari golongan penerima program PKH hanya 0,13% saja. Pada tahun 2019, pemerintah juga mulai menginisiasi untuk menyalurkan bantuan pangan secara nontunai. Penerima Bantuan Pangan Non Tunai ini lebih besar dari penerima PKH yaitu mencapai 15,6 juta Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Tentunya hal tersebut salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan tingkat keuangan inklusif.

Setelah upaya-upaya tersebut, hal yang tak kalah menjadi perhatian adalah pemerintah mencoba meningkatkan keuangan inklusif melalui jaringan ekonomi digital. Jaringan ekonomi dimaksud adalah mendorong bank ataupun institusi keuangan lainnya melakukan penetrasi produknya menggunakan jaringan internet, atau *internet banking*. Di sisi lain, masyarakat semakin hari semakin tergantung dengan keberadaan internet. Hampir semua aktivitas sehari-hari lebih efektif dilakukan dengan internet. Kementerian Komunikasi dan Informasi dalam halaman situsnya menyatakan bahwa data dari *www.eMarketer.com* pada tahun 2018 Indonesia merupakan pengguna internet peringkat keenam dunia dengan pengguna mencapai 123 juta orang (2014). Data yang dihimpun dari Asosiasi e-Commerce Indonesia (idEA) sedikit berbeda. Dalam sebuah seminar, Ignatius Untung dari idEA (2017) mengklaim bahwa pengguna internet mencapai 132,7 juta orang di tahun 2017 atau 51% penduduk Indonesia. Mungkin survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) merupakan yang paling optimis tentang jumlah pengguna internet di Indonesia. Mereka menyatakan bahwa pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% (2019). Namun demikian, kami juga melihat data dari hasil survei Susenas 2018 yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia hanya 39,09%. Terlepas dari perbedaan angka survey, pada dasarnya kita dengan sangat mudah mendapatkan informasi melalui telepon seluler yang terhubung dengan internet. Bahkan, kita mungkin lebih rela

ketinggalan dompet berisi uang daripada ketinggalan telepon seluler ketika beraktivitas di luar rumah, karena pada dasarnya fungsi uangpun sudah mulai tersubstitusi oleh adanya dompet digital. Dari cerita sekilas ini kita tidak sekedar mudah terpapar arus informasi, tetapi kita juga dapat menggunakan aktivitas perbankan menggunakan jaringan internet di komputer dan telepon seluler, atau yang sering kita kenal dengan *internet banking*.

Variabel Penggunaan *Internet Banking*

Berbagai hasil penelitian tentang *internet banking* sebagaimana yang telah disebutkan di atas, pada umumnya melihat keamanan, kenyamanan, faktor sosial, dan privasi, sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet banking. Belum banyak penelitian yang mencoba melihat pengaruh faktor demografi terhadap penggunaan *internet banking*. Penelitian Harmadi dan Hermana (2005) yang menggunakan 30 sampel pengguna *internet banking*, misalnya menunjukkan bahwa penggunaan *internet banking* tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan bidang pendidikan sampel. Penelitian berikutnya dari Ahmad, dkk (2015) yang menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak, yaitu 234 sampel, menunjukkan bahwa hanya variabel jenis kelamin dan usia yang berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *internet banking*. Mereka juga melihat variabel lain yaitu tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan. Namun demikian, hasil kajian menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan para individu untuk menggunakan *internet banking*.

III. METODE

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari Susenas 2018, kami menganalisis faktor penentu bagi individu untuk menggunakan *internet banking*. Susenas adalah salah satu survei yang dilakukan oleh BPS secara rutin setiap tahun. Sejak 2015, Susenas dilaksanakan dua kali setahun, Maret dan September. Susenas semesteran dilakukan untuk mendukung tersedianya data tentang kesejahteraan rumah tangga mencakup antara lain pendidikan, kesehatan dan kemampuan daya beli. Survey Susenas meliputi seluruh provinsi dan kabupaten/ kota di Indonesia yang dibagi menjadi dua yaitu Kuesioner Kor (VSEN18.K) dan Kuesioner Konsumsi/Pengeluaran (VSEN18.KP). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Kor tahun 2018.

Untuk mengetahui apakah suatu individu menggunakan *internet banking* penulis memerlukan model pilihan kualitatif berupa pilihan tertentu dari alternatif yang tersedia. Dalam hal ini, pilihan tersebut adalah memilih menggunakan *internet banking* atau menggunakan *internet banking*. Dalam hal pilihannya hanya ada dua alternatif maka disebut

model pilihan biner. Terdapat tiga pilihan ekonometrika untuk menyelesaikan problem tersebut yaitu menggunakan model linear, model probit, dan model logit. Model linear mempunyai beberapa kelemahan yaitu non-normality dari random error, adanya heteroskedasticity random error, dan tidak memenuhi peluang antara 0 sampai dengan 1. Model probit mempunyai kelemahan yaitu bahwa untuk menduga parameter koefisiennya menggunakan maximum likelihood nonlinear. Selain itu, interpretasi koefisiennya agak terbatas. Dengan mempertimbangkan kelemahan model linear dan model probit, maka diambil keputusan untuk menggunakan model logit untuk menyelesaikan problem tersebut. Model yang diperkirakan adalah sebagai berikut:

$$Intbank = a_0 + a_1 umur + a_2 umur^2 + a_3 pend + a_4 jk + a_5 pek + a_6 lok + \varepsilon$$

dimana,

Intbank = Pengguna *internet banking*

umur = usia individu

umur² = usia kuadrat individu

pend = tingkat pendidikan

jk = jenis kelamin individu (1 untuk laki-laki dan 0 untuk perempuan)

pek = pekerjaan individu (1 untuk formal dan 0 untuk informal)

lok = lokasi individu (1 untuk kota dan 0 untuk desa)

Dalam susenas 2018 memang belum terdapat pertanyaan spesifik tentang apakah seorang individu mengakses dan menggunakan *internet banking*. Namun demikian, terdapat informasi secara eksplisit apakah seorang individu menggunakan internet dan apakah seorang individu menggunakan produk dan layanan pada institusi bank. Penulis berpandangan bahwa apabila suatu individu menggunakan internet dan memanfaatkan produk dan layanan keuangan pada institusi bank secara bersamaan maka berarti seorang individu tersebut sudah memakai dan memanfaatkan *internet banking*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Individu Pengguna *Internet Banking*

Dari Susenas 2018 kita bisa mengetahui bahwa individu yang mejadi sampel tersebar di kabupaten/kota di seluruh propinsi di Indonesia. Sampel Susenas 2018 berdasarkan data adalah 1.131.825 individu. Sejumlah individu tersebut mewakili jumlah penduduk Indonesia sebanyak 264.230.759 individu. Namun demikian, dalam penelitian ini kita ingin membatasi penelitian kita hanya kepada penduduk dewasa saja yaitu 21 tahun keatas atau sudah

menikah. Dengan demikian, hanya 700.112 individu saja yang layak sebagai sampel penelitian. Sebanyak 700.112 individu sampel ini setara dengan 169.205.068 individu di Indonesia, atau sekitar 64% penduduk Indonesia.

Berdasarkan sampel di Susenas 2018, terdapat 229.020 pengguna internet. Angka ini setara dengan 39% penduduk Indonesia. Sedangkan pengguna produk perbankan adalah sebanyak 240.993 sampel atau setara dengan 35,36% penduduk di Indonesia. Sedangkan pengguna *internet banking* adalah sebanyak 142.016 orang atau 23,41% penduduk Indonesia. Angka tersebut setara dengan 39.612.989 penduduk Indonesia.

Dari sejumlah orang yang memanfaatkan *internet banking* tersebut, kita bisa melihat karakteristik individu pengguna *internet banking* dilihat dari umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin, pekerjaan dan lokasi. Jika kita melihat lagi penelitian tentang keuangan inklusif oleh Ngasuko (2018), pengguna tabungan terbanyak adalah dalam rentang usia 36-45 tahun dan disusul 46-55 tahun. Dalam penelitian tersebut disinyalir bahwa golongan tersebut relatif lebih stabil dilihat tingkat ekonominya. Dalam rentang usia tersebut, mereka memiliki tingkat pendapatan yang baik sehingga mempunyai kemampuan yang baik untuk menabung. Hal ini ternyata berbeda dengan penelitian ini dimana pengguna *internet banking* didominasi oleh golongan dengan rentang usia yang lebih muda yaitu 26-35 tahun.

Dalam Tabel 1 terlihat bahwa terdapat 36,08% sampel (kelompok umur 26-35 tahun) mengaku menggunakan *internet banking*. Angka ini sangat besar karena lebih dari sepertiga pengguna internet bankin berada dalam rentang usia ini. Mungkin benar bahwa golongan usia di atasnya (usia 36 sd 55 tahun) mempunyai pendapatan yang realtif stabil dan baik, akan tetapi tentang penggunaan internet mereka belum cukup familiar dan kurang percaya dengan keamanan dan privasi produk *internet banking*. Sedangkan golongan usia 26 sd 35 tahun merupakan golongan millennial yang mungkin dari segi ekonomi belum cukup mapan namun sudah mau menggunakan internet dimana produk perbankan merupakan salah satunya. Namun demikian, dalam Susenas 2018 ini tidak terdapat informasi besaran tabungan dari masing masing individu. Apabila terdapat informasi tersebut, mungkin kita dapat melihat melihat rata-rata besaran tabungan dari masing2 individu sampel. Kami menduga bahwa meskipun golongan usia ini (26-35) merupakan pengguna *internet banking*, rata-rata saldo mereka masih kecil dibandingkan dengan golongan usia di atasnya (36-56). Hal yang patut menjadi perhatian juga adalah ternyata golongan pertama, yaitu rentang usia sampai dengan 25 tahun jumlahnya juga tidak bisa dibilang sedikit. Hampir 20% (atau 17,24%) dari mereka mulai menggunakan *internet banking*.

Hal lain yang juga menjadi perhatian adalah bahwa semakin tinggi golongan usia sampel maka jumlah pengguna *internet banking* juga semakin mengecil. Hal ini menyiratkan bahwa grafik hubungan antara usia dan pengguna internet banking sangat dimungkinkan untuk bergerak dalam lintasan parabola terbalik. Lain halnya dengan golongan sampel yang tidak menggunakan *internet banking*, hampir setiap golongan (kecuali golongan 1) dengan jumlah sampel yang relatif sama, dalam kisaran 20%. Artinya golongan bukan pengguna *internet banking* tidak terpengaruh golongan usia.

Tabel 1 . Karakteristik Individu yang Memanfaatkan *Internet Banking*

Variabel		Vertikal		Horizontal		Total
		Memakai <i>Internet banking</i> (%)	Tidak Memakai <i>Internet banking</i> (%)	Memakai <i>Internet banking</i> (%)	Tidak Memakai <i>Internet banking</i> (%)	
Kelompok	min - 25	19,76	11,98	66,48	33,52	100
Umur	26 - 35	36,08	21,17	65,75	34,25	100
Individu	36 - 45	24,75	22,19	74,58	25,42	100
	46 - 55	13,82	20,02	82,58	17,42	100
	56 - max	5,59	24,64	93,52	6,48	100
	Total	100	100			
Kelompok	Tidak Punya	4,55	24,91	5,29	94,71	100
Tingkat	Ijazah	5,15	32,42	4,63	95,37	100
Pendidikan	SD	11,26	18,93	15,39	84,61	100
Individu	SMP	45,77	20,89	40,11	59,89	100
	SMA	7,74	1,00	70,18	29,82	100
	Diploma	23,34	1,81	79,81	20,19	100
	S1	2,20	0,05	93,22	6,78	100
	S2/S3	100	100			
	Total					
Jenis	Laki-laki	55,47	47,39	26,35	73,65	100
Kelamin	Perempuan	44,53	52,61	20,55	79,45	100
Individu	Total	100	100			
Pekerjaan	Formal	57,72	20,11	46,73	53,27	100
Individu	Non Formal	42,28	79,89	13,93	86,07	100
	Total	100	100			
Lokasi	Kota	77,57	48,19	32,98	67,02	100
	Desa	22,43	51,81	11,69	88,31	100
	Total	100	100			

Sumber : Susenas 2018, data diolah

Berdasarkan tingkat pendidikan individu, pengguna *internet banking* tertinggi adalah individu dengan tingkat pendidikan SMA atau sederajat, diikuti dengan individu dengan level pendidikan sarjana. Kelompok pendidikan SMA atau sederajat sebagai pengguna *internet banking* tertinggi sepertinya memang tidak mengherankan mengingat 26,7% berasal dari golongan ini. Yang mencengangkan adalah bahwa meskipun sampel dari golongan sarjana hanya sebanyak 6,85% ternyata golongan ini sebagai pemakai *internet banking* tertinggi kedua dengan jumlah pemakai *internet banking* mencapai 23,34%. Dalam kajian Ngasuko(2018a) tentang keuangan inklusif, golongan SD mempunyai porsi pengguna bank yang cukup tinggi mencapai 27,6%. Namun demikian, dalam kajian ini individu dalam golongan ini yang menggunakan *internet banking* hanya sekitar 4,5%. Padahal sampel yang berasal dari golongan inipun sangat tinggi mencapai 20,1%. Kondisi yang berkebalikan terjadi pada sampel golongan dengan tingkat pendidikan Master dan Doktor. Meskipun hanya menyumbang sedikit pengguna *internet banking* di Indonesia (2,2%) namun 93,22% pemilik ijazah master dan doktor merupakan pengguna *internet banking*. Hal ini semakin meyakinkan kita bahwa tingkat pendidikan memang berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking* di Indonesia.

Tabel 2 . Pekerja Formal dan Informal yang Memanfaatkan *Internet Banking*

Jenis Pekerjaan		Memakai <i>Internet banking</i> (%)	Tidak Memakai <i>Internet banking</i> (%)
Formal	Karyawan dan Pegawai	57,72	20,11
Informal	Tidak Bekerja	19,11	33,83
	Berusaha Sendiri	12,22	18,24
	Berusaha Sendiri dengan Buruh Tidak Tetap	3,28	9,84
	Berusaha Sendiri dengan Buruh Tetap	3,13	1,95
	Pekerja Keluarga	2,3	7,64
	Pekerja Bebas	2,23	8,38
Total		100	100

Sumber : Susenas 2018, data diolah

Selanjutnya, pengguna *internet banking* berdasarkan jenis kelamin individu sepertinya sama-sama masih dalam tingkat yang kecil, yaitu berturut turut sebesar 26,35% dan 20,55%

berbanding dengan 73,65% dan 79,45% dari golongan yang tidak memakai *internet banking*. Mungkin yang agak mengejutkan adalah bahwa ternyata pemakai *internet banking* laki-laki ternyata 10% lebih banyak daripada perempuan. Padahal kalau kita lihat jumlah sampel perempuan lebih banyak pada laki-laki, yaitu 3% lebih banyak sampel perempuan dan laki-laki. Namun demikian, unggulnya pengguna *internet banking* oleh laki-laki atas perempuan sepertinya memang sejalan dengan realita di Susenas 2018 bahwa memang laki-laki juga unggul atas wanita sebagai pengguna internet maupun pengguna produk lembaga jasa keuangan formal.

Dilihat dari tingkat keformalan mata pencaharian individu, terlihat bahwa pengguna *internet banking* didominasi oleh pekerja formal, yaitu sebanyak 57,72% individu dan sisanya sebanyak 42,28% pengguna *internet banking* adalah pekerja informal (table 1). Sebagai informasi, komponen pekerja informal disini antara lain adalah pekerja sendiri (wiraswasta), pekerja sendiri dengan mempunyai buruh tetap/tidak tetap, freelance, pekerja keluarga (bekerja tapi tidak digaji), dan orang tidak bekerja atau sedang berhenti bekerja. Namun demikian, apabila kita kupas lebih lanjut komponen dari pekerja informal, secara mengejutkan bahwa ternyata pemakai *internet banking* dari golongan pekerja mandiri (bekerja sendiri) cukup banyak yang memanfaatkan *internet banking* yaitu 12% (table 2). Bahkan, pengguna *internet banking* dari golongan yang tidak bekerja juga cukup banyak yaitu 19% (table 2). Yang menjadi pertanyaan adalah apabila mereka tidak bekerja bagaimana mereka ternyata menggunakan *internet banking*, mengingat dengan status tidak bekerja berarti mereka tidak mempunyai pendapatan sehingga tidak mungkin untuk menabung di institusi bank.

Kembali kepada fakta bahwa pengguna *internet banking* didominasi oleh pekerja formal, yaitu sebanyak 57,72% individu. Kondisi ini berbanding terbalik dengan apa yang terjadi pada hubungan pada pengguna internet dimana pekerja formal justru lebih sedikit dibandingkan dengan pekerja informal. Kondisi yang sama terjadi pada pengguna bank dimana pekerja formal justru lebih sedikit dibandingkan dengan pekerja informal (table 3).

Tabel 3 . Pekerja Formal dan Informal yang Memanfaatkan Internet dan Bank

Pekerja	Pengguna Internet (%)		Pengguna Bank (%)	
	Pengguna	Bukan	Pengguna	Bukan
Formal	47,84	16,77	46,14	19,50
Informal	52,16	83,23	53,86	80,50
	100	100	100	100

Sumber : Susenas 2018, data diolah

Selanjutnya tentang lokasi para individu pengguna *internet banking*, seperti yang sudah kita duga bahwa mayoritas pengguna *internet banking* berlokasi di daerah perkotaan, yaitu 77,57%. Kondisi ini sejalan dengan fakta bahwa pengguna internet dan pengguna bank pun berada di kota besar, bukan di pedesaan.

Faktor Demografi yang Mempengaruhi Penggunaan *Internet Banking*

Dalam model logit, kita akan menginterpretasikan hasil regresi dengan melihat angka dari *odds ratio*. Sedangkan koefisien hanya menjelaskan arahnya saja, apakah variabel independen tersebut searah dengan variabel dependen. Dari hasil regresi pada tabel 4 diketahui bahwa semua variabel sosio-demografi secara signifikan mempengaruhi penggunaan *internet banking*. Dari variabel yang dipilih yaitu usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin laki-laki, pekerjaan formal, dan lokasi tempat tinggal individu di kota berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking* (lihat tabel 2). Secara lengkap, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *internet banking* oleh masyarakat adalah sebagai berikut;

Tabel 4 . Hasil dari Regresi Logistik Biner dari variabel sosio-demografi pada Pengguna *Internet Banking*

Pengguna <i>Internet banking</i>	Koefisien	Odds Ratio	P>z
Umur Individu	0,0501*** (0,002)	1,0513	0,000
Umur Individu Kuadrat	-0,0010*** (0,000)	,9990	0,000
Tingkat Pendidikan Individu	0,8861*** (0,003)	2,4255	0,000
Jenis Kelamin Individu	0,0905*** (0,008)	1,0946	0,000
Pekerjaan Individu	0,9326*** (0,008)	2,5411	0,000
Lokasi	0,9156*** (0,008)	2,4981	0,000
Konstan	-5,6317*** (0,040)		0,000

Jumlah Observasi 700.112 ; Standard errors dalam tanda kurung; *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Sumber : Susenas 2018, data diolah

1. Usia individu. Koefisien 0,0501 (positif) berarti sebagai seorang individu semakin tua mempunyai kecenderungan untuk memanfaatkan *internet banking*. Dari angka odds ratio, kita dapat melihat bahwa peningkatan satu tahun usia kepala rumah tangga akan memiliki kemungkinan untuk menggunakan *internet banking* 1,05 kali lebih besar

dibandingkan usia yang lebih muda. Namun, koefisien kuadrat usia bernotasi negatif. Hal ini menunjukkan bahwa seiring bertambahnya usia, kecenderungan untuk menggunakan *internet banking* akan semakin menurun.

2. Tingkat pendidikan individu. Arah koefisien positif berarti tingkat pendidikan kepala rumah tangga yang lebih tinggi akan meningkatkan kecenderungan seorang individu untuk memanfaatkan *internet banking*. Odds ratio juga menunjukkan bahwa jika tingkat pendidikan meningkat satu tingkat, itu akan mendorong penggunaan *internet banking* sebesar 2,4 kali dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah.
3. Jenis kelamin individu. Koefisien regresi yang bernilai positif, yaitu 0,09 yang berarti bahwa laki-laki cenderung memanfaatkan *internet banking* daripada perempuan. Namun demikian, dilihat dari koefisien odds ratio yang sebesar 1,09 mengisyaratkan bahwa kemungkinan individu laki-laki untuk memanfaatkan *internet banking* sebenarnya hampir sama. Hal ini terlihat bahwa kecenderungan laki-laki untuk memanfaatkan *internet banking* hanya 1,09 kali lebih besar daripada perempuan.
4. Jenis pekerjaan individu. Jika seorang individu bekerja sebagai pekerja formal, kemungkinan bagi mereka untuk memanfaatkan *internet banking* lebih banyak daripada jika mereka bekerja sebagai pekerja non-formal. Kepala keluarga dengan pekerjaan formal memiliki kesempatan untuk memanfaatkan *internet banking* 2,5 kali lebih besar daripada individu yang bekerja di sektor non-formal.
5. Lokasi. Individu yang tinggal di daerah perkotaan memiliki peluang 2,5 kali lebih besar daripada mereka yang tinggal di daerah pedesaan.

Internet Banking dan Peluang Ekonomi di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi komunikasi berpadu dengan kegiatan ekonomi menjadikan terbukanya kesempatan menjadi suatu yang kita kenal sebagai digital ekonomi. Google dan Tamasek (2018) mengeluarkan kajian tentang internet ekonomi di Asia Tenggara. Mereka meneliti sektor ekonomi yang bergerak dan muncul yang meliputi empat sektor besar yaitu e-Commerce, media online, transportasi online, dan online travel. Mereka menggunakan satuan *Gross Merchandise Value (GMV)*. GMV adalah keseluruhan total penjualan atau volume transaksi melalui platform digital yang dimiliki oleh perusahaan online. Dalam laporan tersebut menyatakan bahwa nilai GMV di Asia Tenggara tahun 2018 adalah USD72 milyar, meningkat dari tahun lalu senilai USD50 milyar. Mereka juga memproyeksikan bahwa nilai ini akan meningkat sampai dengan USD240 milyar di tahun 2025. Kalau kita *zoom in* negara Indonesia, pada tahun 2018 merupakan negara

dengan nilai internet ekonomi diantara negara asia tenggara lainnya yaitu USD27 milyar. Angka ini mengalahkan negara Thailand, Vietnam, Singapura, Malaysia, dan Philipina berturut-turut yaitu USD12, USD10, USD9, USD8, dan USD5 milyar. Bahkan di tahun 2025 Indonesia diprediksi akan mencapai nilai USD100 milyar.

Melihat kajian diatas berarti memang mau tidak mau kita harus menangkap peluang ekonomi yang ada. Konektivitas internet menjadi fokus pemerintah melalui program Palapa Ring¹. Dengan program ini diharapkan tercipta akselerasi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi melalui ketersediaan infrastruktur jaringan telekomunikasi. Selain sisi pembangunan konektivitas internet, pembangunan juga dilakukan dari sisi infrastruktur untuk memperluas dan memperlancar arus orang dan barang. Setelah itu semua, sebenarnya bagaimana memanfaatkan dan menangkap peluang ekonomi yang ada. Saat ini, kontribusi internet ekonomi baru mencapai 4% dari PDB Indonesia. Kolaborasi teknologi informasi dan ekonomi memungkinkan terbukanya peluang ekonomi baru, seperti eCommerce.

Nadiem Makarim², pada tahun 2017 dalam suatu seminar menyebutkan bahwa meskipun perkembangan ekonomi digital tergolong pesat namun ada tiga tantangan utama yang sepertinya masih relevan di tahun 2019 ini (Makarim, 2017). Tiga tantangan tersebut adalah (i) hanya 13,1% masyarakat Indonesia yang mempunyai akses kredit ke lembaga keuangan formal, (ii) penurunan preferensi *cash on delivery* sebagai metode pembayaran, dan (iii) sebagian besar pedagang tradisional tidak memiliki akun bank. Terkait akses kredit yang masih rendah, hal ini menyebabkan banyak menjamurnya bisnis pinjaman online atau fintech lending. Peraturan tentang hal status ini diatur dalam Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi(2016). Sampai dengan Agustus 2019, ada 127 perusahaan fintech lending. Nilai akumulasi pinjaman yang telah disalurkan mencapai 54,72 triliun, atau meningkat 141% tahun ini(Otoritas Jasa Keuangan, 2019). OJK juga mencatat bahwa pelaku lending dan borrower dari fintech lending ini didominasi oleh masyarakat berusia sangat muda. Sebanyak kurang lebih 70% pelaku fintech lending berada dalam rentang usia 19-34 tahun.

¹ Berdasarkan situs Kementerian Komunikasi dan Informatika, Palapa Ring merupakan proyek infrastruktur telekomunikasi berupa pembangunan serat optik di seluruh Indonesia sepanjang 36.000 kilometer. Proyek itu terdiri atas tujuh lingkaran kecil serat optik (untuk wilayah Sumatera, Jawa, Kalimantan, Nusa Tenggara, Papua, Sulawesi, dan Maluku) dan satu backhaul untuk menghubungkan semuanya.

² Nadiem Makarim merupakan pendiri serta CEO Go-Jek, sebuah perusahaan transportasi dan penyedia jasa berbasis daring yang beroperasi di Indonesia dan sejumlah negara Asia Tenggara seperti Singapura, Vietnam dan Thailand.

Dari 127 perusahaan fintech dengan status “terdaftar” tersebut hanya 13 perusahaan yang mempunyai status “berizin”. Dengan mempunyai status “berizin”, perusahaan akan dapat beroperasi secara permanen. Beberapa syarat untuk mendapatkan status “berizin” adalah sebagai berikut;

1. perusahaan harus sudah menggunakan dokumen elektronik yang disertai dengan tanda tangan digital.
2. Perusahaan juga sudah harus terhubung dengan penyelenggara asuransi mikro.
3. Perusahaan sudah terkoneksi dengan perbankan supaya mekanisme *escrow account* dan *virtual account* dapat berjalan dengan baik.
4. Perusahaan sudah bekerja sama dengan penyelenggara *credit scoring* yang berizin OJK.
5. Perusahaan harus menunjukkan bukti kerja sama dengan perusahaan penyelenggara penagihan yang sudah terdaftar dan mendapat sertifikasi Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI).

Kemunculan perusahaan fintech lending yang semakin banyak ini mungkin semakin semakin menasbihkan apa yang dikatakan oleh Bill Gates tahun 1997 bahwa “*We need banking, but we don't need banks anymore*”. Dalam quote tersebut menyematkan makna bahwa dalam dunia modern saat ini kita menginginkan dan tidak terpisah dari layanan perbankan, namun layanan perbankan tersebut mungkin tidak lagi hanya dimonopoli oleh bank, mungkin salah satunya adalah keberadaan *fintech lending* ini. Dalam hal penurunan cash on delivery (CoD) sebagai alat pembayaran, secara tidak langsung ini menyiratkan bahwa masyarakat sebagai konsumen sudah memanfaatkan cara pembayaran lain seperti transfer melalui perbankan. Go-Jek mencatat penurunannya sangat signifikan dimana pada 2016 masih terdapat 25% menggunakan cara pembayaran CoD menjadi 11% di tahun 2017. Dengan semakin masif nya angka ini berarti masyarakat mulai beralih kepada media lain seperti dompet digital, dalam hal ini dompet digital dari Go-Jek adalah Go-Pay.

Mungkin dalam beberapa tahun terakhir kita sering disuguhi berita bahwa beberapa gerai dan pusat perbelanjaan tutup, atau beberapa perusahaan taksi mengeluh karena omzet menurun, atau bisnis tiket pesawat yang margin keuntungannya semakin menipis. Gambaran diatas menyiratkan bahwa perusahaan apapun akan dipaksa untuk mendigitalisasi lini bisnisnya, paling tidak sebagian lini bisnisnya. Tidak terkecuali perusahaan yang dimaksud disini adalah perusahaan BUMN. Hal ini perlu dilakukan untuk memanjakan para konsumennya. Alasan lainnya adalah karena para calon konsumennya saat ini dapat melakukan hampir segalanya secara online, sembari tiduran di ruang keluarga atau duduk di taman kota.

Melihat banyaknya peluang tersebut, hendaknya masyarakat dapat menangkap peluang tersebut dan menjadikannya sebagai media untuk meningkatkan kesejahteraan. Dengan mengenal dunia internet dan kegiatan ekonomi yang ada di dalamnya diharapkan para masyarakat pada yang saat yang sama juga dapat mengenal produk perbankan sebagai sistem pembayaran ketika bertransaksi di dunia maya. Namun demikian, fakta dari Susenas memberi gambaran bahwa pengguna bank dan pengguna *internet banking* ternyata kurang dari 25%, atau lebih tepatnya 23,41% saja penduduk Indonesia. Angka tersebut setara dengan 39.612.989 penduduk Indonesia. Masih merupakan pekerjaan rumah bagi pemerintah untuk mengajak masyarakat berperan serta dalam dunia ekonomi digital.

Sumber daya manusia merupakan langkah selanjutnya yang harus menjadi fokus pemerintah untuk menangkap peluang ekonomi digital. Nadiem Makarim (Makarim, 2017) dalam suatu seminar melihat bahwa paling tidak empat hal yang harus dilakukan oleh pemerintah, antara lain;

1. Mengenalkan sejak dini bahasa Inggris. Hal ini penting karena bahasa Inggris merupakan bahasa internasional. Di dalam dunia yang semakin global, komunikasi merupakan hal yang penting. Dengan berkomunikasi yang baik kita akan semakin mudah menangkap peluang ekonomi dan belajar dari perkembangan dunia luar.
2. Mengenalkan sejak dini bahasa pemrograman komputer. Kita dihadapkan fakta bahwa kejadian di sekitar kita saat ini yang tidak terlepas dari internet menyebabkan terbangunnya suatu sumber informasi yang sangat luar biasa besar (*big data*). Teknologi memungkinkan kita untuk mengupas semua informasi yang tersedia sesuai dengan tujuan tertentu. Teknologi tersebut ada dalam bahasa pemrograman komputer.
3. Bimbingan dan Pembinaan. Kita tidak bisa menutup mata dan berpikiran sempit. Generasi muda harus senantiasa haus akan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang digital, agar mempunyai pergaulan yang luas dan mendapatkan pengalaman sebanyak-banyaknya, juga belajar dari pakar-pakar terbaik dalam level global. Pemerintah juga harus mulai menggalakkan pendidikan vokasi dengan fokus pada orientasi kerja.
4. Statistik dan psikologi. Pemerintah harus memulai gaya berpikir berdasarkan data. Segala pengambilan suatu keputusan dan kebijakan berdasarkan data dan informasi yang terpercaya. Dan yang lebih penting, pemerintah juga harus piawai mengelola sumber daya manusia yang ada di Indonesia.

V. KESIMPULAN

Kajian singkat ini memberikan jawaban tentang tujuan penelitian yang pertama yaitu seberapa besar pengguna *internet banking* di Indonesia. Dari paparan di atas terjawab bahwa pengguna *internet banking* oleh masyarakat dewasa masih sekitar 23,41% saja. Tujuan kedua dari kajian ini adalah untuk melihat faktor demografi apa saja dari individu yang menggunakan *internet banking*. Dengan menggunakan metode model logit, kajian ini menjawab bahwa karakteristik demografi seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin laki-laki, keformalan pekerjaan, dan lokasi individu di perkotaan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan internet banking.

Penulis berpandangan bahwa kunci dari peningkatan keuangan inklusif adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Apabila peningkatan kesejahteraan di masyarakat terwujud maka akan semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk perbankan berupa tabungan. Maka dari itu rekomendasi kebijakan atas temuan kajian ini adalah bahwa apabila pemerintah menginginkan peningkatan keuangan inklusif dari aktivitas *internet banking*, maka kunci pemerintah harus mendorong semaksimal mungkin agar masyarakat dapat menangkap peluang ekonomi. Dengan masyarakat dapat menangkap peluang ekonomi akan tercipta kesejahteraan yang pada akhirnya juga mereka akan mengenal *internet banking*.

Dalam Susenas 2018 tidak terdapat data eksplisit tentang berapa pengguna *internet banking*. Namun demikian, dalam Susenas 2018 terdapat data tentang berapa pengguna internet dan pengguna bank. Dalam penelitian ini, penulis beranggapan bahwa apabila suatu individu menggunakan internet dan memanfaatkan produk dan layanan keuangan pada institusi bank secara bersamaan maka berarti seorang individu tersebut sudah memakai dan memanfaatkan *internet banking*. Maka dari itu penulis mengusulkan juga kepada BPS agar mulai mencantumkan pertanyaan tentang apakah suatu responden sampel menggunakan *internet banking* pada periode Susenas yang akan datang. Dengan demikian, apabila informasi tersebut tersedia secara eksplisit maka penelitian tentang *internet banking* di masa yang akan datang akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Muhtar ; Iswanto, Dedi ; Permadi, L. (2015). Pengaruh Resistance Barriers Dan Faktor Demografi Terhadap Resistensi Inovasi Mobile Banking Di Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen - Universitas Mataram*, 15(1).
- Ahmed Em, & Phin Gs. (2018). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Malaysia. *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Annur, C. M. (2019). Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Capai 64,8%.
- Asli Demirguc-Kunt;Leora Klapper. (2012). Measuring Financial Inclusion-The Global Findex Database. In *The Global Findex Database* (Vol. 38).
- Aziz, A., & Hadia, H. (2009). Introducing successful financial innovations : Rewriting the rules in light of the global financial crisis. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 30, 1200-1206.
- Bappenas. (2015). *Rancangan Awal Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019*. Jakarta.
- Candidate, Y., Brasit, N., & Nursyamsi, I. (2017). An Analysis on Factors that Influence Customers' Intention to Use Internet Banking in Jayapura City. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*.
- Demirguc-Kunt, A, Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017-Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Demirguc-Kunt, Asli, Klapper, L., Singer, D., & Oudheusden, P. Van. (2015). The Global Findex Database 2014-Measuring Financial Inclusion around the World. In *Policy Research Working Paper* (Vol. 7255).
- Demirguc-Kunt, Asli. & Klapper, Leora. (2012). Measuring Financial Inclusion-The Global Findex Database. In *The Global Findex Database* (Vol. 38).
- Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan. (2017). Buku Informasi APBN 2017. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan. (2019). Buku Informasi APBN 2019. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Google; Tamasek. (2018). *e-Conomy SEA 2018*.
- Harmadi, A ; Hermana, B. (2005). Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking : Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2005*.
- Heryanah, H. (2015). Ageing Population Dan Bonus Demografi Kedua Di Indonesia. *Populasi*, 23(2), 1-16. <https://doi.org/10.22146/jp.15692>
- Jati, W. R. (2015). Bonus Demografi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi: Jendela Peluang Atau Jendela Bencana Di Indonesia? *Populasi*, 23(1), 1-19. <https://doi.org/10.22146/jp.8559>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2014). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research*

and Applications. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>

- Makarim, N. (2017). *Ekonomi Kerakyatan Melalui Digital*.
- Nasri, W. (2011). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia. *International Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n8p143>
- Ngasuko, T. A. (2018a). Faktor yang Mempengaruhi Rumah Tangga untuk Mengakses Lembaga Keuangan Formal (Studi Kasus Susenas 2015). *Inovasi-Jurnal Politik Dan Kebijakan*, 15(1).
- Ngasuko, T. A. (2018b). Peningkatan Keuangan Inklusif Melalui Program Keluarga Harapan (PKH). In A. Azis (Ed.), *Bunga Rampai Dinamika Kebijakan Belanja Bantuan Sosial* (1st ed.). Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Laporan Tahunan 2018 Annual Report. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Perkembangan Fintech Lending (Agustus 2019)*. Jakarta.
- Perpres Nomor 82 Tahun 2016 Tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif. (2016). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016 Tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ramavhona, T. C., & Mokwena, S. (2016). Factors influencing Internet banking adoption in South African rural areas. *SA Journal of Information Management*. <https://doi.org/10.4102/sajim.v18i2.642>
- Sharma, D. (2016). Nexus between financial inclusion and economic growth. *Journal of Financial Economic Policy*, 8(1), 13–36. <https://doi.org/10.1108/jfep-01-2015-0004>
- Sihotang. (2016). Faktor Penentu yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(1).
- Susanto, A., Lee, H., Zo, H., & Ciganek, A. P. (2013). Factors affecting Internet banking success: A comparative investigation between Indonesia and South Korea. *Journal of Global Information Management*. <https://doi.org/10.4018/jgim.2013040104>
- Untung, I. (2017). *Lanskap ECommerce Indonesia*. 57.