

Pengaruh Digitalisasi Layanan dan Promosi Agen Brilink Terhadap Inklusi Keuangan Melalui Perubahan Pola Transaksi Masyarakat Sebagai Variabel Intervening di Agen Brilink Desa Cijalingan

Rida Nurazizah¹, Hendra Tanjung², Risma Nurmilah³

^{*1}Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

²Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

³ Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

e-mail: ridanurazizah3oos@gmail.com, hendratanjung515@ummi.ac.id,
rismanurmilah@ummi.ac.id

*Corresponding author: ridanurazizah3oos@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 15-06-2025

Revisi: 12-07-2025

Disetujui: 17-07-2025

Inklusi keuangan merupakan salah satu pilar penting dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, terutama di wilayah pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal. Dalam konteks ini, digitalisasi layanan dan promosi oleh agen BRILink hadir sebagai strategi yang potensial untuk meningkatkan inklusi keuangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh digitalisasi layanan dan promosi agen BRILink terhadap inklusi keuangan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui perubahan pola transaksi masyarakat sebagai variabel intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna layanan BRILink di Desa Cijalingan, Kabupaten Sukabumi. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan dan promosi agen BRILink berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan pola transaksi masyarakat. Selain itu, digitalisasi layanan, promosi, dan perubahan pola transaksi masyarakat masing-masing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan inklusi keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan teknologi dan efektivitas promosi oleh agen BRILink, maka semakin besar perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap inklusi keuangan. Perubahan pola transaksi masyarakat juga terbukti mampu memediasi secara parsial pengaruh digitalisasi layanan dan promosi terhadap inklusi keuangan, dengan kontribusi keseluruhan model sebesar 63,8% terhadap variasi inklusi keuangan.

Kata Kunci: Digitalisasi Layanan, Promosi Agen BRILink, Perubahan Pola Transaksi, Inklusi Keuangan.

ABSTRACT

Financial inclusion is a key pillar in achieving sustainable economic development, particularly in rural areas that still face limited access to formal financial services. In this context, the digitalization of services and promotional activities carried out by BRILink agents serve as strategic efforts to improve community financial inclusion. This study aims to examine the effect of service digitalization and BRILink agent promotion on financial inclusion, both directly and indirectly through the mediating variable of changes in community transaction patterns. The research method employs a quantitative approach with an associative design. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are users of BRILink services in Cijalingan Village, Sukabumi Regency. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with SmartPLS version 4.0 software. The results indicate that both service digitalization and BRILink agent promotion have a positive and significant effect on changes in community transaction patterns. Furthermore, digitalization, promotion, and changes in transaction patterns significantly influence financial inclusion. These findings suggest that greater utilization of digital technology and effective promotional strategies by BRILink agents encourage a shift in transaction behavior, ultimately leading to improved financial inclusion. The change in transaction patterns also partially mediates the relationship between digitalization, promotion, and financial inclusion, with the overall model explaining 63.8% of the variance in financial inclusion.

Keywords: Service Digitalization, BRILink Agent Promotion, Transaction Pattern Change, Financial Inclusion.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, lembaga-lembaga internasional seperti Bank Dunia, negara-negara anggota G20, dan Dana Moneter Internasional (IMF) telah menegaskan bahwa inklusi keuangan merupakan elemen penting dalam mendorong pembangunan yang berkelanjutan, terutama di negara-negara berkembang (Thomas & Subhashree, 2020). Isu inklusi keuangan telah menjadi perhatian utama dalam skala global selama beberapa waktu terakhir. Walaupun berbagai upaya telah dijalankan oleh pemerintah, institusi keuangan, dan organisasi pembangunan, sebagian besar masyarakat dunia – terutama yang berada di negara berkembang – masih mengalami kesulitan dalam mengakses layanan keuangan formal. Beberapa kendala yang menghambat proses ini antara lain letak geografis yang terpencil, terbatasnya infrastruktur, rendahnya pemahaman keuangan masyarakat, serta tingginya biaya dalam melakukan transaksi (Singh & Sharma, 2023).

Inklusi keuangan adalah sebuah proses untuk menjamin akses terhadap produk dan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh setiap bagian masyarakat, baik masyarakat umum maupun masyarakat yang rentan seperti masyarakat berpendapatan rendah, pada tingkat harga yang mampu dibayar dengan cara yang adil dan transparan (Ani, 2024). Tujuan utama dari inklusi keuangan adalah untuk mencapai kesejahteraan ekonomi melalui pengurangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan di Indonesia dengan menciptakan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Untuk

mencapai tujuan tersebut, diperlukan pendekatan yang menyeluruh, salah satunya dengan memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat memiliki akses terhadap berbagai layanan keuangan dasar.

Tabel 1. Indeks Inklusi Keuangan Berdasarkan Starata Wilayah

Tahun	Perkotaan	Pedesaan
2020	66,2%	55,7%
2021	89,1%	77,0%
2022	86,73%	82,69%
2023	78,41%	70,13%
2024	78,41%	70,13%

Sumber : OJK tentang survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2020-2024

Di Indonesia, indeks inklusi keuangan nasional memang menunjukkan tren peningkatan, namun kesenjangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan masih cukup mencolok. Berdasarkan data OJK tahun 2024, indeks inklusi keuangan di wilayah pedesaan berada pada angka 70,13%, lebih rendah dibandingkan dengan wilayah perkotaan yang mencapai 78,41% (Ojk, 2024). Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dan adaptif, khususnya dalam mengatasi tantangan geografis dan literasi keuangan di daerah terpencil. Salah satu pendekatan strategis untuk mengatasi ketimpangan ini adalah melalui digitalisasi layanan keuangan yang difasilitasi oleh agen bank, seperti BRILink. Agen BRILink sebagai representasi branchless banking, memungkinkan masyarakat di wilayah terpencil untuk mengakses berbagai layanan perbankan seperti transfer, tarik tunai, pembayaran tagihan, hingga pembukaan rekening tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank (Nuryan et al., 2020). Kehadiran agen ini tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan keuangan, tetapi juga memperluas jangkauan layanan hingga ke desa-desa.

Ketersediaan layanan saja tidak cukup untuk menjamin partisipasi masyarakat secara maksimal. Oleh karena itu, agar manfaat keberadaan agen BRILink dapat dirasakan secara optimal oleh masyarakat, diperlukan strategi yang efektif dalam mempromosikan layanan ini. Promosi agen BRILink memiliki peran penting dalam meningkatkan adopsi layanan keuangan digital. Penelitian yang dilakukan oleh (Arif & Cahyani, 2021) mengungkapkan bahwa promosi yang efektif, seperti pemberian cashback serta diskon transaksi, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam layanan keuangan digital. Penerapan strategi promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan serta mendorong pemanfaat layanan perbankan digital secara luas. Efektivitas promosi yang dilakukan oleh agen BRILink tidak hanya berdampak pada peningkatan adopsi layanan keuangan digital, tetapi juga turut mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi. Strategi promosi yang tepat sasaran mampu memengaruhi preferensi masyarakat, dari yang semula mengandalkan metode transaksi konvensional menjadi lebih terbiasa menggunakan layanan digital.

Tidak secara otomatis, digitalisasi layanan dan promosi agen dapat mempengaruhi inklusi keuangan ketika perilaku masyarakat belum terbentuk. Disisi lain ada beberapa hambatan yang membuat masyarakat tidak ingin mengubah kebiasaan perilakunya dari tradisional ke digital seperti, akses terhadap lembaga keuangan belum merata, biaya transaksi yang dinilai tinggi bagi kelompok ekonomi bawah, Kekhawatiran terhadap keamanan data dan transaksi dan lainnya. Perubahan pola transaksi masyarakat menjadi elemen kunci dalam mengukur keberhasilan digitalisasi layanan dan promosi agen terhadap inklusi keuangan. Transisi dari transaksi tunai ke non-tunai menunjukkan adanya peningkatan literasi dan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan digital (Ani, 2024). Data Bank Indonesia mencatat pertumbuhan transaksi digital sebesar 45,64% pada tahun 2022, mengindikasikan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses layanan keuangan (Antara, 2022).

Meski demikian, tantangan dalam perubahan perilaku masih muncul, terutama di wilayah pedesaan yang belum sepenuhnya terdampak oleh teknologi. Beberapa hambatan seperti keterbatasan infrastruktur, ketidakpercayaan terhadap keamanan data digital, dan resistensi terhadap perubahan teknologi masih menghambat optimalisasi inklusi keuangan (Nasution et al., 2023). Oleh karena itu, pola transaksi masyarakat menjadi variabel intervening yang penting dalam menjembatani hubungan antara digitalisasi layanan, promosi, dan inklusi keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh digitalisasi layanan dan promosi agen BRILink terhadap inklusi keuangan melalui perubahan pola transaksi masyarakat sebagai variabel intervening. Fokus penelitian diarahkan pada wilayah Desa Cijalingan, Sukabumi, sebagai representasi wilayah pedesaan dengan potensi inklusi keuangan yang dapat ditingkatkan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam perumusan strategi pengembangan inklusi keuangan yang berbasis digital di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023:2). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna layanan BRILink di Desa Cijalingan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin.

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kausal karena ingin menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel. Hubungan tersebut diuji melalui model struktural dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji tidak hanya pengaruh langsung, tetapi juga pengaruh tidak langsung melalui

variabel intervening (Hair et al., 2022). Penelitian ini difokuskan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai peran strategis digitalisasi layanan dan promosi dalam memperluas inklusi keuangan masyarakat pedesaan. Melalui model pengukuran yang terstandarisasi, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan empiris yang relevan dalam merumuskan strategi penguatan akses keuangan digital yang adaptif dan inklusif, khususnya bagi komunitas di daerah tertinggal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini bertujuan menguraikan Pengaruh Digitalisasi Layanan dan Promosi Agen BRILink terhadap Inklusi Keuangan melalui Perubahan Pola Transaksi Masyarakat sebagai Variabel Intervening di Agen BRILink Desa Cijalingan. Dalam penelitian ini, menggunakan 100 orang sebagai sampel penelitian dari total populasi sebanyak 829 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik		Frekuensi	Presentase%
Jenis Kelamin	Laki - Laki	43	43%
	Perempuan	57	57%
Usia	<20 Tahun	12	12%
	21-30 Tahun	54	54%
	31-40 Tahun	27	27%
	>40 Tahun	7	7%
Agen	Dewi Puspita	34	34%
	Wahyu Cell	38	38%
	Risma Cell	28	28%
Frekuensi Transaksi	Setiap Hari	16	16%
	5x Seminggu	20	20%
	3x Seminggu	26	26%
	1x Seminggu	38	38%

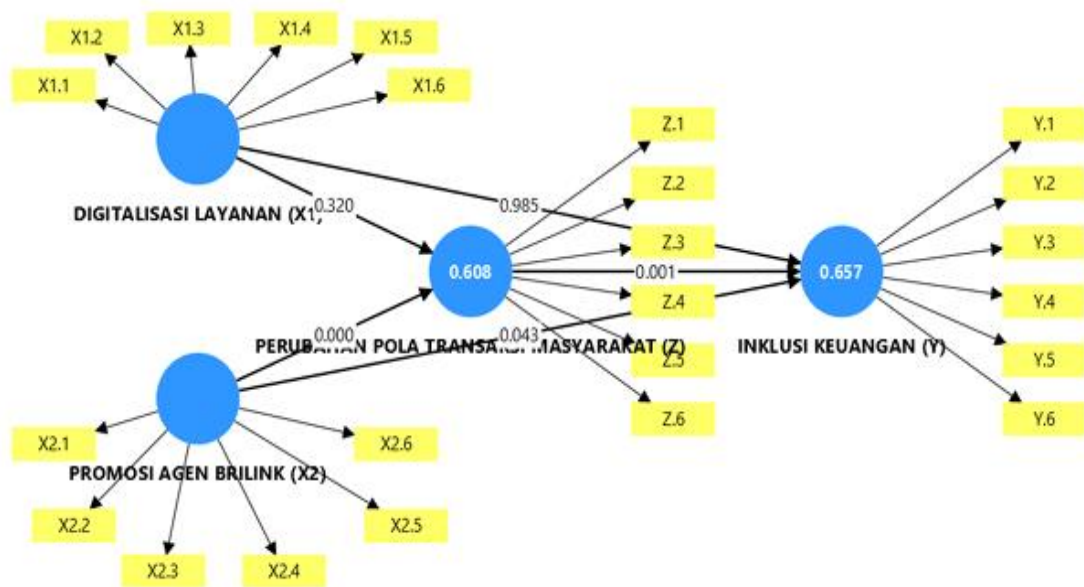
Berdasarkan hasil karakteristik responden, mayoritas pengguna layanan BRILink adalah perempuan (57%) dan berada pada rentang usia 21–30 tahun (54%), yang mencerminkan dominasi kelompok usia produktif dan melek teknologi dalam pemanfaatan layanan digital keuangan. Agen BRILink yang paling banyak digunakan adalah Wahyu Cell (38%), diikuti oleh Dewi Puspita (34%) dan Risma Cell (28%), yang menunjukkan adanya variasi preferensi masyarakat terhadap agen yang tersedia di wilayah tersebut. Sementara itu, frekuensi transaksi terbanyak dilakukan sebanyak 1 kali seminggu (38%) dan 3 kali seminggu (26%), sedangkan hanya 16% responden yang melakukan transaksi setiap hari, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat masih menggunakan layanan BRILink secara berkala, bukan harian.

Analisis Data

Pengujian Outer Loading (Model Pengukuran)

Tahap pengujian model pengukuran bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas seluruh indikator dalam model, uji validitas dilakukan agar peneliti mengetahui tentang kemampuan instrument yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas

digunakan peneliti untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep serta mengukur konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, pengujian model pengukuran (Outer Model) meliputi pengujian Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability. Hasil estimasi model Partial Least Square dalam tahap pengujian model pengukuran dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Outer Model Variabel Digitalisasi Layanan, Promosi Agen BRILink, Perubahan Pola Transaksi Masyarakat dan Inklusi Keuangan

Convergent Validity

Langkah awal dalam pengujian validitas konvergen dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu indikator memiliki korelasi positif dengan indikator lain yang mengukur konstruk yang sama. Parameter yang digunakan untuk mengetahui validitas konvergen adalah loading factor (outer loading) > 0,7, dan Average variance extracted (AVE) > 0,5.

Tabel 2. Hasil Uji Nilai AVE

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Digitalisasi Layanan (X1)	0.580
Promosi Agen Brilink (X2)	0.690
Inklusi Keuangan (Y)	0.650
Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.631

Berdasarkan tabel, nilai AVE untuk digitalisasi layanan (0,580), promosi agen brilink (0,690), inklusi keuangan (0,650) dan perubahan pola transaksi masyarakat (0,631) semuanya melebihi 0,5. Hal ini menunjukkan validitas konvergen yang baik, di mana variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi indikatornya. Dengan demikian, nilai-nilai

tersebut mengindikasikan bahwa kontrak memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi yang terdapat dalam indikator.

Discriminant Validity

Discriminant validity berasal dari model pengukuran refleksif indikator yang dievaluasi dengan cross loading lalu dibandingkan dengan nilai AVE dengan kuadrat. Jika nilai AVE masing-masing konstruk lebih besar dibanding nilai korelasi antar konstruk dalam model, maka dapat dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik. Metode menilai discriminant validity ini baiknya skor yang diperoleh setidaknya harus $> 0,7$ agar. Hasil dari cross loading pada analisis discriminant validity terdapat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Digitalisasi Layanan (X1)	Promosi Agen Brilink (X2)	Inklusi Keuangan (Y)	Prubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)
Digitalisasi Layanan (X1)	0.762			
Promosi Agen Brilink (X2)	0.741	0.831		
Inklusi Keuangan (Y)	0.583	0.752	0.806	
Prubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.631	0.775	0.775	0.794

Uji Reliabilitas

Realibilitas konstruk dapat dinilai dari *Cronbach's Alpha*, nilai Composite Reliability dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6, nilai composite reliability melebihi 0,60 dan AVE berada diatas 0,50.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability
Digitalisasi Layanan (X1)	0.855	0.892
Promosi Agen Brilink (X2)	0.910	0.930
Inklusi Keuangan (Y)	0.892	0.918
Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.882	0.911

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* seluruh konstruk memiliki nilai >0.7 yang dapat diartikan konstruk tersebut valid, dapat dilihat bahwa nilai pada konstruk digitalisasi layanan memiliki nilai 0.855, konstruk promosi agen brilink memiliki nilai 0.910, konstruk inklusi keuangan memiliki nilai 0.918 dan konstruk perubahan pola transaksi masyarakat memiliki nilai 0.911.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural digunakan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikasi, dan R-Square dari model penelitian, uji inner model dievaluasi dengan R-Square dan uji t serta signifikan dari koefisien parameter jalur struktural.

Uji R-Square (R^2)

Menurut (Ghozali & Karlina, 2023), R-Square yang tinggi menandakan bahwa model mampu menjelaskan proporsi variabilitas yang lebih besar dari fenomena yang diteliti. Nilai R-Square sebesar 0,75 dianggap kuat, 0,50 termasuk kategori sedang, dan 0,25 atau lebih rendah dianggap lemah.

Tabel 5. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Inklusi Keuangan (Y)	0.657	0.647
Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.608	0.600

Berdasarkan tabel, diperoleh nilai R-Square pada variabel Inklusi Keuangan (Y) sebesar 65,7% hal ini menunjukkan variabilitas inklusi keuangan dapat dijelaskan oleh variabel perubahan pola transaksi masyarakat dalam model ini, sementara sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Sementara itu, variabel Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z) memiliki nilai R-Square sebesar 60,8% berarti perubahan pola transaksi masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel digitalisasi layanan dan promosi agen BRILink, sedangkan 39,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Uji Hipotesis (Bootsraping)

Pengujian hipotesis ditunjukkan dengan nilai path coefficient untuk menunjukkan tingkat signifikansi. Nilai path coefficient ditunjukkan dengan nilai t-statistic dan p-values. Nilai t-statistic harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (two-tailed) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (one-tailed) dan p-value kurang dari 0,05. Uji mediasi dalam penelitian ini

dilihat melalui special indirect effect pada SmartPLS 4.0 dengan melakukan metode bootstrapping.

Tabel 6. Uji Hipotesis Direct Effect

Variabel Penelitian	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Digitalisasi Layanan (X1) -> Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.126	0.121	0.127	0.995	0.320
Promosi Agen Brilink (X2) -> Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z)	0.682	0.676	0.113	6.023	0.000
Digitalisasi Layanan (X1) -> Inklusi Keuangan (Y)	-0.002	0.020	0.118	0.019	0.985
Promosi Agen Brilink (X2) -> Inklusi Keuangan (Y)	0.380	0.342	0.188	2.023	0.043
Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z) -> Inklusi Keuangan (Y)	0.482	0.494	0.139	3.469	0.001

Berdasarkan hasil path coefficient yang terdapat pada tabel menunjukkan bahwa ada 3 item signifikan terhadap konstruksya dengan nilai t- statistik > 1,96 dan p - values < 0,05 dan ada juga yang tidak signifikan yaitu pengaruh dari digitalisasi layanan, perubahan pola transaksi masyarakat terhadap inklusi keuangan.

Tabel 7. Hasil Uji Indirect Effect

Variabel Penelitian	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Digitalisasi Layanan (X1) -> Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z) -> Inklusi Keuangan (Y)	0.061	0.050	0.061	0.996	0.319

Promosi Agen Brilink (X2) -> Perubahan Pola Transaksi Masyarakat (Z) -> Inklusi Keuangan (Y)	0.329	0.341	0.132	2.482	0.013
---	-------	-------	-------	-------	-------

Berdasarkan hasil path coefficient yang terdapat pada tabel menunjukkan bahwa hioptesis 7 signifikan terhadap konstruknya dengan nilai t- statistik > 1,96 dan p - values < 0,05 dan ada juga yang tidak signifikan yaitu pengaruh dari digitalisasi layanan, perubahan pola transaksi masyarakat terhadap inklusi keuangan.

Tabel 8. Hasil Uji Efek Mediasi

Hipotesis	Path Coeficients	P Value	95% Interval Kepercayaan Path Coefient		Upsilon V
			Batas Bawah	Batas Atas	
H6. Digitalisasi --> Perubahan Pola --> Inklusi	0.061	0.319	-0.092	0.161	0.0037
H7. Promosi --> Perubahan Pola --> Inklusi	0.329	0.013	0.119	0.637	0.108

Uji Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mediasi mampu menjembatani pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 48, hasil uji mediasi pada Hipotesis H6 menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Digitalisasi Layanan terhadap Inklusi Keuangan melalui Perubahan Pola Transaksi tidak signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,061, p-value 0,319, dan interval kepercayaan antara -0,092 hingga 0,161, yang mencakup nilai nol. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat efek mediasi yang signifikan. Sebaliknya, hasil pada Hipotesis H7 menunjukkan bahwa Promosi Agen BRILink berpengaruh secara tidak langsung terhadap Inklusi Keuangan melalui Perubahan Pola Transaksi secara signifikan, dengan nilai koefisien 0,329, p-value 0,013, dan interval kepercayaan (0,119 – 0,637) yang tidak mencakup nol. Artinya, terdapat efek mediasi yang kuat dan signifikan.

Pembahasan

Digitalisasi layanan terhadap perubahan pola transaksi masyarakat

Hasil pengujian statistik terhadap Hipotesis 1 menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,126, T-statistic sebesar 0,995, dan P-value 0,320. Berdasarkan rule of thumb, hipotesis dikatakan signifikan jika memiliki P-value < 0,05 dan T-statistik > 1,96. Dengan demikian, Hipotesis 1 ditolak, yang berarti digitalisasi layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan pola transaksi masyarakat. Berarti bahwa keberadaan atau peningkatan layanan digital, dalam konteks ini layanan BRILink di Desa Cijalingan, belum mampu mendorong perubahan pola transaksi masyarakat secara bermakna.

Promosi Agen Brilink terhadap perubahan pola transaksi masyarakat

Hasil pengujian statistik terhadap Hipotesis 2 menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,682, nilai T-statistic sebesar 6,023, dan P value 0,000. Berdasarkan ketentuan rule of thumb dalam model SEM-PLS, hipotesis dapat diterima apabila p-value < 0,05 dan T-statistik > 1,96. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima, yang berarti promosi yang dilakukan oleh agen BRILink berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan pola transaksi masyarakat. Koefisien jalur sebesar 0,682 menunjukkan pengaruh yang cukup kuat dan positif. Artinya, setiap peningkatan dalam intensitas promosi agen BRILink (seperti pemberian informasi, edukasi, diskon transaksi, maupun layanan tambahan) dapat meningkatkan kemungkinan masyarakat untuk mengubah cara bertransaksi, dari yang sebelumnya konvensional (tunai) menjadi lebih digital dan non-tunai.

Digitalisasi Layanan terhadap Inklusi Keuangan

Hasil pengujian statistik terhadap Hipotesis 3 yang ditunjukkan dengan koefisien sebesar -0,002, T-statistic 0,019, dan P-value 0,985. Dengan demikian, hasil ini tidak memenuhi kriteria rule of thumb yang menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima apabila p-value < 0,05 dan T-statistik > 1,96. Maka dari itu, Hipotesis 3 ditolak, yang berarti digitalisasi layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap inklusi keuangan, menandakan bahwa secara statistik tidak terdapat hubungan yang kuat antara digitalisasi layanan dan tingkat inklusi keuangan di Desa Cijalingan. Temuan ini mengindikasikan bahwa sekadar menyediakan layanan digital tidak serta merta mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan formal oleh masyarakat setempat.

Promosi Agen Brilink terhadap Inklusi Keuangan

Hasil pengujian statistik terhadap Hipotesis 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien 0,380, T-statistic 2,023, dan P-value 0,043. Berdasarkan rule of thumb dalam pengujian model struktural, suatu hipotesis dapat diterima jika memiliki P-value < 0,05 dan T-statistik > 1,96. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 4 diterima, yang berarti promosi agen BRILink berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan. Nilai koefisien jalur sebesar 0,380 menunjukkan bahwa setiap peningkatan intensitas promosi agen BRILink akan mendorong peningkatan inklusi keuangan sebesar 38% (dalam satuan koefisien jalur relatif), dengan asumsi variabel lain bersifat konstan. Artinya, promosi yang dilakukan oleh agen

BRILink mampu mempengaruhi persepsi dan keputusan masyarakat untuk mulai mengakses layanan keuangan formal.

Perubahan Pola Transaksi Masyarakat terhadap Inklusi Keuangan

Hasil pengujian statistik terhadap Hipotesis 5 menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,482, T-statistic 3,469, dan P-value 0,001. Berdasarkan pedoman umum (rule of thumb) dalam pengujian SEM PLS, hipotesis dikatakan signifikan jika memiliki P-value < 0,05 dan T statistik > 1,96. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 5 diterima, yang berarti perubahan pola transaksi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan. Koefisien jalur sebesar 0,482 menunjukkan pengaruh yang cukup kuat, di mana semakin tinggi tingkat perubahan pola transaksi masyarakat (misalnya dari transaksi tunai ke digital, dari langsung ke daring), maka semakin tinggi pula tingkat inklusi keuangan di wilayah penelitian, dalam hal ini Desa Cijalingan.

Perubahan pola transaksi masyarakat memediasi pengaruh digitalisasi layanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh bahwa pengaruh tidak langsung digitalisasi layanan terhadap inklusi keuangan melalui perubahan pola transaksi masyarakat memiliki nilai koefisien 0,061, dengan T-statistic 0,996 dan P-value 0,319, yang berarti tidak signifikan karena nilai p di atas 0,05. Artinya, hipotesis 6 ditolak, dan perubahan pola transaksi masyarakat tidak memediasi secara signifikan pengaruh digitalisasi layanan terhadap inklusi keuangan. Meskipun arah hubungan bersifat positif, namun kekuatan statistiknya lemah sehingga secara empiris belum dapat dikatakan sebagai hubungan yang kuat atau substansial. Ini mengindikasikan bahwa digitalisasi layanan yang dilakukan di Desa Cijalingan, meskipun telah tersedia dan digunakan sebagian masyarakat, belum cukup mendorong perubahan pola transaksi yang signifikan dan konsisten, sehingga tidak mampu memperkuat peningkatan inklusi keuangan secara nyata.

Perubahan pola transaksi masyarakat memediasi pengaruh promosi agen BRILink yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa pengaruh tidak langsung promosi agen BRILink terhadap inklusi keuangan melalui perubahan pola transaksi masyarakat signifikan secara statistik, dengan nilai koefisien sebesar 0,329, T-statistic 2,482, dan P-value 0,013, lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Selain itu, nilai interval kepercayaan (0,119 – 0,637) tidak mencakup nol, yang memperkuat bukti bahwa terdapat efek mediasi yang nyata. Nilai Upsilon V sebesar 0,108 mengindikasikan bahwa kekuatan kontribusi mediasi berada pada kategori sedang. Dengan demikian, hipotesis 7 diterima, yang berarti bahwa promosi yang dilakukan oleh agen BRILink mampu mendorong perubahan pola transaksi masyarakat, dan perubahan pola inilah yang kemudian meningkatkan tingkat inklusi keuangan masyarakat secara signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan dan promosi oleh agen BRILink merupakan strategi krusial dalam memperkuat inklusi keuangan masyarakat pedesaan, khususnya di Desa Cijalingan. Transformasi ini tidak hanya menjadi solusi atas keterbatasan akses layanan keuangan formal di wilayah rural, tetapi juga mencerminkan kontribusi nyata dalam mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Melalui pendekatan digital dan strategi promosi yang tepat, agen BRILink berhasil mendorong perubahan pola transaksi masyarakat ke arah yang lebih modern dan inklusif. Analisis model struktural menunjukkan bahwa promosi agen BRILink memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung terhadap inklusi keuangan maupun secara tidak langsung melalui mediasi perubahan pola transaksi. Namun, digitalisasi layanan belum menunjukkan pengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui mediasi perubahan pola transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun infrastruktur digital telah tersedia, keberhasilannya masih sangat bergantung pada intensitas promosi, edukasi, dan adaptasi masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Secara keseluruhan, keberhasilan peningkatan inklusi keuangan di wilayah pedesaan membutuhkan pendekatan yang lebih komprehensif, berkelanjutan, dan terintegrasi. Penguatan literasi digital masyarakat, pengembangan sistem promosi yang adaptif, serta kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat menjadi kunci untuk membangun ekosistem keuangan digital yang inklusif dan berkelanjutan. Transformasi inklusi keuangan bukan sekadar tentang teknologi, tetapi juga tentang membangun fondasi ekonomi yang adil, merata, dan memberdayakan seluruh lapisan masyarakat pedesaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, lokasi penelitian hanya terbatas di Desa Cijalingan, sehingga hasil belum dapat digeneralisasi ke wilayah lain. Kedua, pendekatan kuantitatif melalui kuesioner belum menggambarkan secara mendalam faktor-faktor kualitatif yang memengaruhi inklusi keuangan. Ketiga, variabel mediasi yang digunakan hanya perubahan pola transaksi, padahal faktor lain seperti literasi keuangan dan akses infrastruktur juga berpengaruh. Oleh karena itu disarankan untuk penelitian selanjutnya memperluas cakupan wilayah agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasi ke daerah pedesaan lainnya. Selain itu, penggunaan metode campuran yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, terutama dalam menangkap faktor-faktor sosial dan psikologis masyarakat. Penelitian juga diharapkan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, akses infrastruktur digital, dan kepercayaan terhadap layanan digital agar model yang digunakan menjadi lebih kuat.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak perbankan, pemerintah daerah, dan agen BRILink untuk meningkatkan efektivitas promosi dan edukasi keuangan digital guna mendorong inklusi keuangan masyarakat pedesaan. Dukungan terhadap agen BRILink dalam bentuk pelatihan, insentif, dan akses infrastruktur yang memadai menjadi langkah penting untuk memperluas jangkauan layanan keuangan formal. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian inklusi keuangan berbasis digital dengan

menyoroti peran signifikan promosi dan perubahan pola transaksi masyarakat sebagai faktor mediasi dalam meningkatkan akses dan penggunaan layanan keuangan formal di wilayah rural.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Muhammadiyah Sukabumi atas segala bentuk dukungan, arahan, serta fasilitas yang telah diberikan selama proses pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh responden di Desa Cijalingan, Kabupaten Sukabumi, yang telah berkontribusi secara sukarela dengan memberikan data secara jujur dan lengkap melalui pengisian kuesioner. Partisipasi aktif mereka memberikan peran penting dalam kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Semoga kontribusi tersebut dapat membawa manfaat nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta penerapan inklusi keuangan di masa mendatang.

REFERENSI

- Albasrie, A. D. A., Himawan, I. S., & Sharipudin, M. N. S. B. (2024). Sustainable Wellness Tourism in Indonesia (Case Study on Health Tourism Development at Hanara Wellbeing Center Bandung). *Media Konservasi*, 29(3), 435-435.
- Ani, A. P. (2024). *Persepsi Dan Peran Agen Brilink Terhadap Inklusi Keuangan Di Desa Maoslor Kabupaten Cilacap*. 15(1), 37-48.
- Antara. (2022). *BI: Nilai transaksi digital banking naik 45,64 persen pada 2021*. Antara. <https://www.antaraneews.com/berita/2656045/bi-nilai-transaksi-digital-banking-naik-4564-persen-pada-2021>
- Arif, M. N. R. Al, & Cahyani, U. T. (2021). Branchless banking and profitability in the Indonesian Islamic banking industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(2), 154-160. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss2.art4>
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., Suherman, A., & Susetyo, D. P. (2022). Hexa helix: kolaborasi quadruple helix dan quintuple helix innovation sebagai solusi untuk pemulihan ekonomi pasca covid-19. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 6(4), 476-499.
- Hair, J. F., Ringle, G. T. M. H. C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. SAGE Publication inc.
- Ismatullah, I., & Eriswanto, E. (2016). Analisa pengaruh teori gone fraud terhadap academic fraud di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 134-142.
- Lestari, N. A., Sudarma, A., & Antony, A. (2021). The Determinants of Dividend Policy (an Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019 Period). *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 12(1), 23-36.
- Nasution, E. R., Pratiwi, I., Siregar, S. H., Delardi, E., Azmi, A., Bima, M. A., Sinaga, E. E., Hukum, F., & Asahan, U. (2023). Layanan Keuangan Tanpa Kantor (Laku Pandai) Sebagai Perkembangan Hukum Perbankan di Desa Bunut Seberang Kabupaten Asahan. *Journal Of Human And ...*, 3(3), 298-306. <http://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/392%0Ahttps://jahe.or.id/index.php/jahe/article/download/392/221>
- Nuryan, I., Maulina, E., & Chan, A. (2020). The Impact of BRILINK Agent Market Penetration

- on Inclusive Financial Growth in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9(3), 130–140. <http://buscompress.com/riber-9-s3.html>
- Ojk. (2022). Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Otoritas Jasa Keuangan*, November, 10–12.
- Singh, D. A., & Sharma, D. L. M. (2023). Fintech and financial inclusion: Transforming underserved access to financial services. *International Journal of Tourism and Hotel Management*, 5(2), 07–11. <https://doi.org/10.22271/27069583.2023.v5.i2a.71>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://drive.google.com/file/d/1mJcT7uEO12kvgF9KlfQr3xJhao4PkLPK/view?usp=drivesdk>
- Thomas, B., & Subhashree, P. (2020). Behavioural and psychological factors that influence the usage of formal financial services among the low income households. *Research in World Economy*, 11(5), 326–333. <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n5p326>
- Yacub, R., Herlina, H., & Himawan, I. S. (2022). How cultural intelligence develop students' social entrepreneurship in Indonesia. *Jurnal Economia*, 18(2), 256–273.