

## MODEL DISEMINASI PENERAPAN *MOBILE MONEY* DI MASYARAKAT PEDESAAN KABUPATEN TASIKMALAYA

### *DISSEMINATION MODEL OF MOBILE MONEY APPLICATION IN RURAL COMMUNITIES IN TASIKMALAYA DISTRICT*

Edi Sukmadirana<sup>\*)</sup>, Kudang Boro Seminar<sup>\*\*)</sup>, Muhammad Firdaus<sup>\*\*\*)</sup>, dan Yandra Arkeman<sup>\*\*)</sup>

<sup>\*)</sup> Sekolah Bisnis, IPB University  
Jl. Raya Pajajaran, Bogor 16151

<sup>\*\*)</sup> Departemen Teknik Mesin dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, IPB University  
Jl. Lingkar Akademik, Kampus IPB Darmaga, Bogor, Jawa Barat 16680

<sup>\*\*\*)</sup> Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University  
Jl. Agatis, Kampus IPB Darmaga, Bogor, Jawa Barat 16680

**Abstract:** *Tasikmalaya District is one of the West Java regions with good agribusiness potentials in food crops and ruminant livestock. The potentials must be utilized properly to have an impact on regional economic improvements. This research aimed to design a dissemination model for mobile money application in rural communities, especially in Tasikmalaya District, in three sub-districts: Singaparna, Rajapolah, and Ciawi, using a structured approach through Soft System Methodology (SSM). The model must be built in a system, through a four-layered model, with components for each layer: a) Layer-1 consists of values, infrastructure (network, smartphone, merchant), customer capabilities, & regulations; b) Layer-2 consists of institutional support (local government and related agencies); c) Feature, communities, and communication media; d) Sweetener program. In the implementation process, layer-1's readiness is a priority that must be met first, followed by layer-2, layer-3, and layer-4's readiness.*

**Keywords:** *dissemination model, soft system methodology, mobile money, Tasikmalaya*

**Abstrak:** Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki potensi agribisnis pada komoditas tanaman pangan dan ternak ruminansia yang baik. Potensi agribisnis yang prospektif tersebut harus dimanfaatkan dengan baik agar dapat memberikan dampak peningkatan ekonomi bagi wilayah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang bangun model diseminasi untuk penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan khususnya di Kabupaten Tasikmalaya di tiga kecamatan yaitu: Singaparna, Rajapolah dan Ciawi, dengan menggunakan pendekatan terstruktur melalui *Soft System Methodology*. Dalam merancang model diseminasi untuk penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan Kabupaten Tasikmalaya harus dibangun secara sistem, melalui model 4 layer, dengan komponen setiap layer adalah a) Layer 1 terdiri dari *value*, infrastruktur (Jaringan, *smartphone*, *merchant*), kemampuan *customer* dan regulasi, b) Layer 2 terdiri dari dukungan kelembagaan (pemda dan instansi terkait) c) Layer 3 terdiri dari *Feature*, komunitas dan media komunikasi, d) Layer 4 terdiri dari *Program sweetener*. Dalam proses implementasinya kesiapan layer 1 merupakan skala prioritas yang harus dipenuhi terlebih dahulu, kemudian kesiapan layer 2, 3 dan 4.

**Kata kunci:** *model diseminasi, soft system methodology, mobile money, Tasikmalaya*

---

<sup>1</sup> Alamat Korespondensi:  
Email: [edisukma2016@gmail.com](mailto:edisukma2016@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Modernisasi menuntut cara hidup serba cepat dan instan termasuk dalam kegiatan transaksi. Kehadiran teknologi *mobile money* sebagai salah satu yang dapat menjawab permasalahan tersebut. Penggunaan *mobile money* di Indonesia mendapat respon positif, khususnya dari masyarakat perkotaan. Menurut Bank Indonesia (2020) menunjukkan volume transaksi uang elektronik di Indonesia dari tahun 2012 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan. Volume transaksi tersebut mengalami peningkatan tajam pada tahun 2018 hingga 2019 dimana volume transaksi mencapai 5,2 miliar transaksi dengan nilai nominal Rp145,2 Triliun meningkat tiga kali lipat dari tahun sebelumnya.

Penerapan *mobile money* perlu dikembangkan ke wilayah pedesaan secara bersama-sama antara perbankan, penyedia jasa *mobile money*, operator telekomunikasi dan Pemerintah Daerah (Pemda), karena sangat mendukung kegiatan agribisnis di Indonesia. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hanya 49% orang yang memiliki rekening perbankan di tahun 2019 dan banyak yang memiliki rekening lebih dari satu, sehingga diperkirakan hanya 50 juta penduduk yang dilayani oleh perbankan dari 267 juta jiwa penduduk Indonesia. Membangun ekosistem *mobile money* di masyarakat pedesaan sebagai solusi atas kendala keterbatasan dalam mengakses perbankan, karena sebagian masyarakat pedesaan tidak bisa memenuhi persyaratan administrasi yang harus di penuhi perbankan dan keterbatasan bank dalam pengembangan kantor cabang di pedesaan.

Kabupaten Tasikmalaya, khususnya Kecamatan Singaparna, Rajapolah dan Ciawi memiliki potensi agribisnis pada komoditas tanaman pangan dan ternak ruminansia yang baik. Potensi ini harus didukung dengan meningkatkan literasi *mobile money* agar dapat bertransaksi dengan pembeli yang lebih luas, cepat dan akuntabel. Model diseminasi penerapan *mobile money* untuk masyarakat pedesaan perlu dirancang untuk menunjang pengembangan Agribisnis. Permasalahan penerapan *mobile money* saat ini diantaranya: 1) perkembangan teknologi dan inovasi yang cepat, 2) tingkat kepercayaan transaksi non tunai masih rendah, 3) *gap* antara kecepatan perkembangan teknologi dan kompetensi masyarakat, serta 4) ekosistem belum terbentuk.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah merancang model diseminasi yang baik untuk penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan. Ruang lingkup penelitian : 1) Penelitian dilakukan di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Singaparna, Kecamatan Rajapolah, dan Kecamatan Ciawi, 2) Teknologi *mobile money application base*, 3). Survei dilakukan terhadap lebih dari 200 responden. Terkait dengan kebaruan dalam penelitian ini diantaranya yaitu 1). Transformasi diseminasi dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (ICT), 2). Prototipe model diseminasi *mobile money* untuk masyarakat pedesaan, 3). Meminimalisasi GAP antara perkembangan teknologi dan kemampuan masyarakat pedesaan, 4). Memberikan pemahaman yang lebih baik dalam membangun model diseminasi yang harus diterapkan untuk masyarakat pedesaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan September 2019 sampai Maret 2020 di tiga Kecamatan (Singaparna, Rajapolah, dan Ciawi) di Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Jenis dan sumber data penelitian adalah data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, Badan Pusat Statistik (BPS), provider *mobile money*, operator telekomunikasi, perbankan dan Bank Indonesia. Pengumpulan data primer melalui survei dan wawancara yang mendalam kepada 207 orang masyarakat pedesaan yang berdomisili di tiga kecamatan dan pernah menggunakan *mobile money*. Responden terdiri dari 41 orang pelajar dan mahasiswa, 45 orang PNS/TNI/Polri/Pegawai Swasta, 50 orang Pedagang/Wiraswasta serta 71 orang Buruh/Petani.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis *Soft System Methodology* (SSM), melalui 7 tahapan proses diantaranya yaitu: 1) *Situation Considered Problematic*, 2) *Problem Situation Expressed*, 3) *Root Definitions of Relevant Systems*, 4) *Conceptual Models*, 5) *Comparisons with Reality*, 6) *Debate about change* dan tahapan terakhir yaitu 7) *Action* (tindakan), yaitu melakukan tindakan perbaikan awal dalam memperbaiki keadaan. Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 = Persepsi kemudahan merupakan faktor pertama yang harus terpenuhi

H2 = Persepsi manfaat merupakan kritikal faktor kedua yang harus di penuhi

- H3 = *Behavioural Intention* merupakan kritikal faktor ketiga yang harus dipenuhi  
 H4 = *Usage behaviour* merupakan kritikal faktor keempat yang harus dipenuhi

*money* yang ada di tiga kecamatan (Singaparna, Ciawi dan Rajapolah) saat ini seperti pada Gambar 1.

**Root Definition (RD)**

*Root definition* merupakan pernyataan aktivitas yang terjadi atau mungkin terjadi di tengah-tengah masyarakat Kabupaten Tasikmalaya. Rumusan *Root Definition* sebagai berikut: 1) (X) Model diseminasi *mobile money* dari tradisional ke digitalisasi dengan penerapan ICT yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masyarakat pedesaan, media yang digunakan, konten yang diberikan dan frekuensi penyampaian, 2) (Y): Penerapan ICT untuk model diseminasi *mobile money* harus dilakukan secara sistematis dan masif baik teori maupun praktik dengan didukung sarana dan prasana yang memadai, 3) (Z): Penerapan ICT dalam model diseminasi untuk masyarakat pedesaan akan lebih efektif, efisien, standarisasi konten, kualitas penyampaian, serta menjawab kecepatan perubahan informasi dan kekuarangan tenaga penyuluh di pedesaan. Terkait dengan hasil analisis CATWOE (*Customer, Actor, Transformation, World view, Owner, Environment constraint*) dipetakan secara rinci pada Tabel 4.

**HASIL**

**Situasi Kondisi Saat ini**

Hasil pertanian yang cukup melimpah menjadi latar belakang pentingnya diseminasi *mobile money* untuk menunjang pengembangan hasil pertanian masyarakat pedesaan. Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki 38 Kecamatan menjadi daerah penerima bantuan paling tinggi yaitu sebesar 744 miliar rupiah (Kompas, 2019). Sementara kondisi sosial dan ekonomi di Kecamatan Rajapolah, Ciawi, dan Singaparna saat ini dijelaskan pada Tabel 2. Kondisi penggunaan *mobile money*, penyuluh pertanian dan sarana telekomunikasi, infrastruktur, di Kabupaten Tasikmalaya dijelaskan pada Tabel 3.

**Rich Picture**

*Rich picture* yang menggambarkan kondisi infrastruktur dan komponen-komponen yang terkait dengan *mobile*

Tabel 1. Transaksi non-tunai di Indonesia tahun 2012-2019

Periode	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nominal (Rp triliun)	2,0	2,9	3,3	5,3	7,1	12,4	47,2	145,2
Volume (juta)	101	138	203	536	683	943	2923	5227

Sumber: Bank Indonesia (2020)

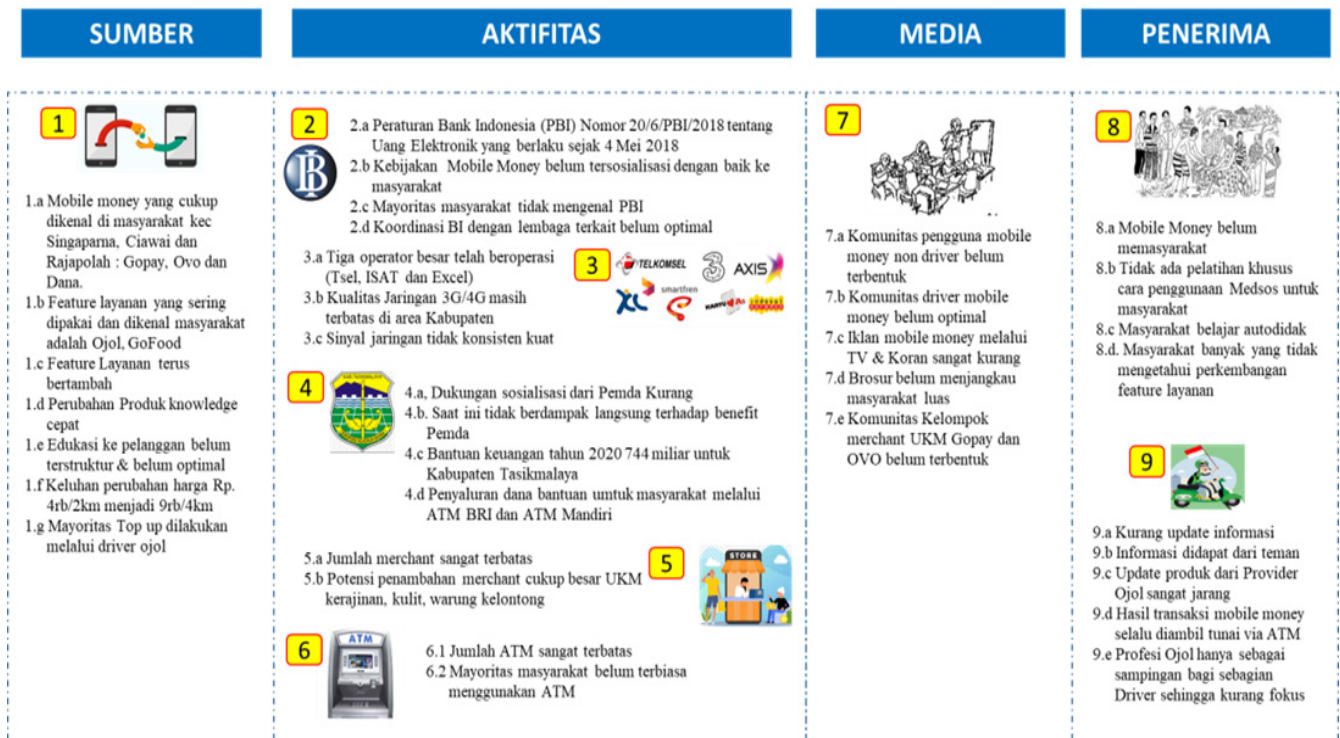
Tabel 2. Kondisi sosial ekonomi di Kecamatan Rajapolah, Ciawi, dan Singaparna

Kondisi Saat Ini	Kecamatan Rajapolah	Kecamatan Ciawi	Kecamatan Singaparna
Kondisi Perekonomian (BPS, 2019)	Jumlah Lembaga keuangan di tahun 2018 ada 8 Bank Jumlah Koperasi : KUD 10, koperasi simpan pinjam 5. Jumlah toko kelontong 581, mini market 7 dan pasar permanen 2 Jumlah restoran 12 dan warung makan 49 Industri Kerajinan : Anyaman 1824, Kulit 233, Kayu lima belas, Logam Mulia tiga belas, Kain 27, Bata Merah tujuh dan makanan 32	Jumlah Lembaga keuangan di tahun 2018 ada 16 Bank Jumlah Koperasi Aktif berjumlah 10 Jumlah toko kelontong 672, Pasar umum 1 dan pasar hewan 1 Warung makan 116 Industri Kerajinan Kayu 23, Anyaman 48, Keramik 13 dan Makanan 321 Jasa alat pesta 39, photocopy 21, salon 53, photo studio 3, warnet 33, reparasi elektronik 37 dan bengkel 52	Jumlah Lembaga keuangan di tahun 2018 ad 21 Bank Jumlah Koperasi Aktif : KUD dua dan Koperasi Simpan Pinjam delapan Jumlah Pertokoan besar sebanyak 12, Pasar permanen 2, pasar semi permanen 3, mini market 20 Jumlah Restoran 25, warung makan 320, hotel 1, Penginapan 1 dan Warung Kelontong 939

Tabel 3. Kondisi penerapan *mobile money* di Kabupaten Tasikmalaya

Indikator	Kondisi Saat Ini
<b>Kondisi Penerapan <i>Mobile Money</i></b>	
Produk <i>Mobile Money</i>	Produk <i>mobile money</i> yang lebih dikenal di masyarakat Kabupaten Tasikmalaya adalah Gopay, OVO, dan Dana. <i>Mobile money</i> yang ada selain Gopay, OVO dan Dana adalah Paytrend dan Al-Faqih Mobile Payment yang beroperasi di lingkungan pesantren Pondok Pesantren Miftahul Huda Al-Faqih yang berlokasi di Manonjaya.
Value	Value Gopay dan OVO yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat di tiga kecamatan adalah transportasi online dan transaksi makanan dan minuman, sedangkan untuk produk yang lainnya masih jarang peminatnya. Value yang terdapat pada <i>feature</i> Gopay dan OVO belum di manfaatkan maksimal ole masyarakat karena tidak ada sosialisasi yang sitematis dari pihak penyelenggara jasa dan masyarakat banyak yang autodidak dalam mempelajari <i>feature</i> yang tersedia.
Harga	Keluhan perubahan harga Rp4.000/2km menjadi Rp9.000/4km. Masyarakat di 3 kecamatan dan driver tak setuju dengan kenaikan tarif karena tidak menarik bagi Masyarakat terutama jika jarak yang ditujunya rata-rata jarak dekat. <i>Top Up</i> atau isi ulang melalui perbankan masih menjadi kendala bagi masyarkat karena kebanyakan tidak menguasai internet banking. <i>Top up</i> kebanyakan dilakukan melalui jasa driver ojol
Discount	<i>Discount</i> menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat untuk menggunakan <i>Mobile Money</i> . Disisi lain ada sebagian masyarakat yang menganggap riba jika terjadi perbedaan harga antara pembayaran cash dan pakai <i>mobile money</i> .
Kemudahan	<i>Top up</i> melalui driver Ojol banyak dilakukan oleh pengguna karena banyak yang belum memiliki rekening di bank dan terkendala jarak lokasi mesin ATM.
Penyampaian Produk	Penyuluh pertanian (tunjangan Rp400.000 sedang diusulkan naik menjadi Rp1.500.000). September 2019 dibentuk DCOS ( <i>Driver Community</i> Ojol Singaparna). Sosialisasi ke warga dilakukakan oleh DCOS di <i>carefree day</i> <i>Driver Community</i> lainnya : Hardline, GSBC, Gaproek, Cigor, BR.
<b>Kondisi Penyuluh Pertanian</b>	
Tenaga Penyuluhan	Kurangnya tenaga penyuluh di Kab Tasikmalaya, satu tenaga penyuluh untuk 2–3 desa dengan jumlah kecamatan sebanyak 39 dan 351 desa dengan total tenaga penyuluh pertanian 140 orang, hanya 30% dari PNS. Pos Penyuluhan Desa (POSLUHDES) merupakan organisasi yang tumbuh dari inisiatif masyarakat tani khususnya yang berada di desa/kelurahan sebagai sarana penyuluhan dan pelayanan kepada masyarakat tani.
Model Penyuluhan	Model penyuluhan yang diterapkan kebanyakan <i>Top Down</i> . Prakarsa Pemerintah. Jenis produk yg dikomunikasikan produk pertanian.
<b>Regulasi dan Sarana Telekomunikasi</b>	
Regulasi	Peraturan Bank Indonesia No 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Mayoritas masyarakat tidak mengenal PBI tentang Uang Elektronik
Operator Telekomunikasi	Operator telekomunikasi yang telah beroperasi di Kabupaten Tasikmalaya adalah Telkomsel, Indosat, XLAxiata, Hutch 3, Smartfren dengan kualitas layanan 3G/4G dan di area tertentu sinyal kurang baik.





Gambar 1. Diagram rich picture penerapan mobile money di Kabupaten Tasikmalaya

Tabel 4. Analisis CATWOE

Komponen Root Definition	Hasil Definisi
C - Customers (Pelanggan)	Masyarakat pengguna mobile money di Kecamatan Singaparna, Ciawi, dan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.
A - Actors (Aktor)	Provider mobile money, Bank Indonesia, Perbankan, Pemerintah Daerah, Provider Telekomunikasi, Merchant/ Pedagang.
T - Transformation Process (Proses Transformasi)	Mengubah perilaku masyarakat pedesaan dalam penerapan ICT sebagai media komunikasi dan informasi melalui media sosial whatsapp dan Youtube Perubahan perilaku masyarakat pedesaan dalam bertransaksi dengan menggunakan mobile money.
W - Worldview (Sudut Pandang)	Perubahan perilaku masyarakat dalam menerima informasi melalui ICT dan perubahan perilaku dalam bertransaksi dengan nontunai akan mempercepat terwujudnya cashless society.
O - Owners (Pemilik Isu)	Provider mobile money, Pemerintah dan Bank Indonesia
E - Environmental constraints (Hambatan Lingkungan)	Ketersediaan infrastruktur : smartphone yang murah, jaringan 3G/4G, paket Data yang murah, jumlah merchant dan listrik Kesadaran masyarakat untuk menggunakan mobile payment dan dukungan kebijakan dan program dari pemerintah untuk menggunakan mobile money dalam transaksi pembayaran yang dibawah kendali pemerintah daerah dan provider mobile money melalui pemberian diskon Kemudahan dan manfaat yang dirasakan langsung oleh masyarakat pedesaan khususnya untuk mendukung usaha pertanian dengan program pembelian pupuk, bibit, alat pertanian yang lebih murah jika menggunakan mobile money

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmadirana *et al.* (2020) dengan menggunakan metode SEM menyimpulkan bahwa indikator yang berkorelasi kuat terhadap pemahaman, kesadaran, dan aksi pada masyarakat pedesaan dalam menggunakan *mobile money*, adalah 1) *value product mobile money* yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, 2) kesiapan infrastruktur untuk mendukung terbentuknya ekosistem, 3) kemampuan masyarakat dari aspek pengetahuan maupun kemampuan finansial untuk mendapatkan gadget dan paket data, 4) penerapan media sosial sebagai media komunikasi dalam penyampaian program dan produk *mobile money*. Berdasarkan uraian sebelumnya maka didapatkan suatu *root definition* yang digambarkan terkait model desiminasi penerapan *mobile money* pada masyarakat pedesaan untuk menunjang pengembangan agribisnis. Secara rinci dapat dilihat pada Gambar 2.

### Model Konseptual

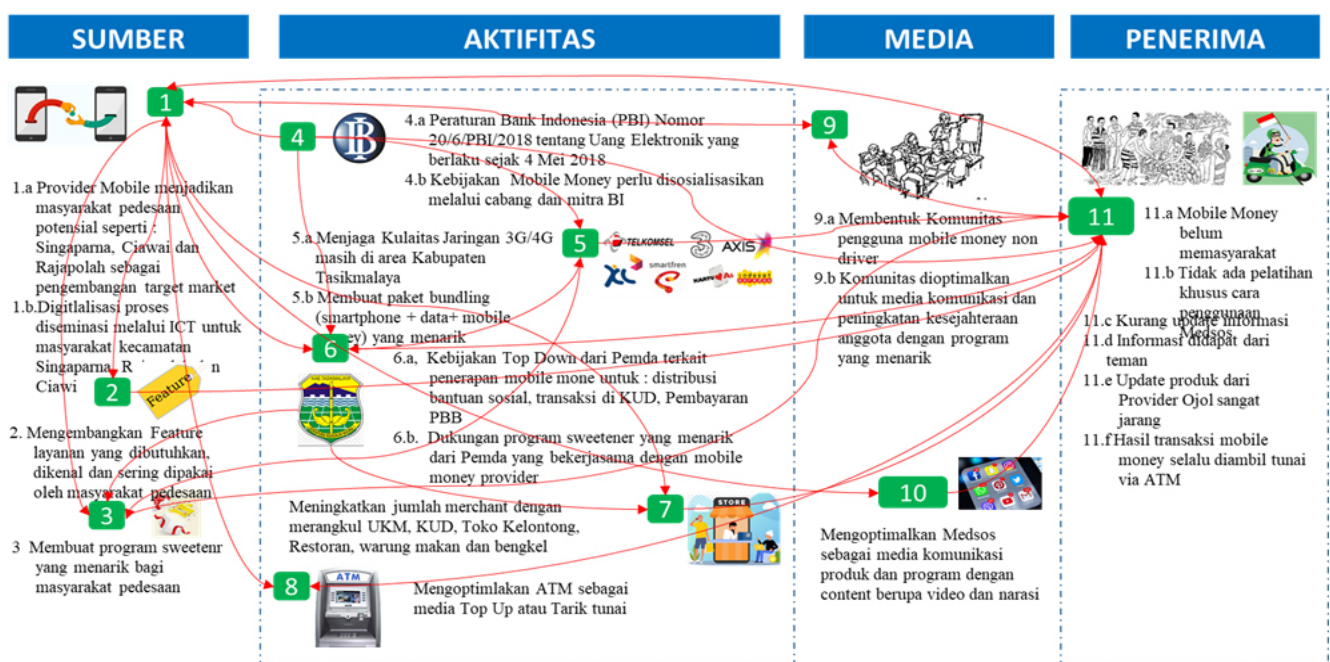
Gambaran model konseptual dalam mengidentifikasi aktivitas yang diperlukan dalam sistem diseminasi *mobile money* yang dibangun seperti pada Tabel 5.

### Comparisons with Reality serta melakukan perubahan yang mungkin dilakukan (6) dan aksi untuk perbaikan situasi (7).

Berdasarkan hasil perbandingan antara model konseptual dengan realitas, disusun suatu perubahan-

perubahan yang dapat dilakukan untuk memperbaiki situasi yang ada. Hal-hal tersebut digambarkan pada Tabel 6. Dalam merancang model diseminasi yang terbaik untuk penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan Kabupaten Tasikmalaya harus dibangun secara sistem, melalui 4 layer dengan gambar model diseminasi seperti pada Gambar 3.

Layer 1: Membangun persepsi kemudahan dengan memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman menggunakan *mobile money* bagi masyarakat, dengan cara : a) memiliki nilai tambah yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pedesaan; b) pengenalan regulasi *mobile money* kepada masyarakat sebagai alat transaksi yang legal, aman dan bermanfaat bagi masyarakat; c) Perluasan *merchant* dengan merangkul KUD, UKM, petani, peternak, perkebunan, hortikultura dan perikanan, toko, mini market, kerajinan dan industri makanan; d) ketersediaan jaringan 3G/4G, kemudahan mendapatkan *smartphone* dan paket data yang murah melalui program *bundling* serta; e) pengenalan dan *update* informasi dalam bentuk video melalui media sosial. Hipotesis 1 (H1) terbukti bahwa persepsi kemudahan dalam mengakses dan menggunakan *mobile money* merupakan faktor utama yang harus terpenuhi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Barakabitze *et al.* (2015) yang menyimpulkan bahwa ketersediaan jaringan listrik dan jaringan internet tujuh hari dalam seminggu dan 24 jam dalam sehari sebagai faktor penentu dalam keberhasilan penerapan ICT untuk masyarakat pedesaan.



Gambar 2. Root definition

Tabel 5. Model konseptual penelitian

Model Konseptual	Referensi
<b>SUMBER</b>	
Membuat <i>Value Mobile Money</i> yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pedesaan	Value merupakan Komponen yang berkorelasi kuat terhadap pemahaman, kesadaran dan aksi dengan Koefisien <i>Standardized Loading Factor</i> (SLF) 0,97. (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
Kepedulian provider untuk menjadikan masyarakat pedesaan sebagai target pasar	Penggunaan <i>mobile money</i> mampu meningkatkan masyarakat untuk menabung, meminjam, menerima dan pengiriman uang (Munyegeera dan Matsumoto, 2015)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF untuk provider 0,87 (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
Digitalisasi proses diseminasi melalui penerapan ICT untuk masyarakat Kecamatan Singaparna, Rajapolah, dan Ciawi	ICT merupakan alat terkuat untuk mentransfer pengetahuan dan teknologi pertanian kepada petani (Ankur dan Bidisha, 2013). ICT terbukti sebagai media diseminasi efektif bagi Petani (Windi, 2014)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF untuk medsos 0,96 (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
Mengembangkan <i>feature</i> layanan yang dibutuhkan, mudah dan sering dipakai oleh masyarakat pedesaan	Mengukur perubahan pengetahuan pada individu, melalui tiga dimensi yaitu : pemahaman (Zahra <i>et al.</i> 2000), kegunaan (Simonin, 1999; 2004) dan kecepatan (Zahra <i>et al.</i> 2000; Zander dan Kogut, 1995)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF untuk keinginan 0,95 (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
Membuat program <i>sweetener</i> yang menarik bagi masyarakat pedesaan	Hubungan baik antara sumber dan penerima mempercepat <i>transfer knowledge</i> (Nonaka 1996; Szulanski 1996)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF diskon produk 0,88 dan harga produk 0,79 (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
<b>AKTIVITAS</b>	
Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik perlu disosialisasikan melalui cabang dan mitra BI	Peran pemerintah (Yongjian <i>et al.</i> 2015) dan pengaturan kelembagaan (Bollinger <i>et al.</i> 1994; Limbu 1999)  Memastikan keamanan dan efisiensi (Hoenig, 1995)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF regulasi 0,87 (Sukmadirana <i>et al.</i> 2020)
Kepedulian Pemda melalui kebijakan <i>top down</i> untuk penggunaan <i>mobile money</i> dalam bertransaksi harian masyarakat pedesaan	Peran pemerintah (Yongjian <i>et al.</i> 2015) dan pengaturan kelembagaan (Bollinger <i>et al.</i> 1994; Limbu, 1999).  Hasil penelitian nilai koefisien SLF politik 0,88. (Edi <i>et al.</i> 2020)
Proses digitalisasi perlu didukung dengan penyediaan program <i>smartphone</i> dan paket data yang murah	Permasalahan diseminasi adalah penyebaran informasi, pelatihan dan kesesuaian teknologi (Limbu 1999)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF infrastruktur 0,89 (Edi <i>et al.</i> 2020).
<b>MEDIA</b>	
Informasi yang disampaikan dalam bentuk video, sering dan terdokumentasi akan mudah dipahami oleh masyarakat	Strategi difusi berbasis video dapat meningkatkan tingkat adopsi praktik pertanian hingga enam kali lipat (Ghandi <i>et al.</i> 2007), sejalan dengan temuan Gian dan Robert (2015), bahwa video dapat mendukung petani untuk menerapkan praktik inovasi  Penyampaian informasi melalui formal dan non formal (Ying dan Gina, 2019)  Hasil penelitian nilai koefisien SLF penyampaian produk 0,79 (Edi <i>et al.</i> 2020)

Tabel 5. Model konseptual penelitian (lanjutan)

Model Konseptual	Referensi
Penyampaian informasi melalui media sosial	Transfer pengetahuan akan efektif secara personal melalui jaringan sosial media (Wang dan Ma, 2007) Hasil penelitian koefisien SLF media sosial 0,96. (Edi <i>et al.</i> 2020)
Membentuk komunitas untuk percepatan penyampaian informasi kepada masyarakat	Interaksi sosial yang erat di antara para pelaku organisasi membantu dalam mempromosikan transfer pengetahuan (Zahra <i>et al.</i> 2000) Hasil penelitian koefisien SLF pengetahuan 0,95 (Edi <i>et al.</i> 2020)
<b>PENERIMA</b>	
Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam: memiliki <i>gadget</i> dan pekat data murah	Hasil penelitian nilai koefisien SLF kemampuan masyarakat 0,99 (Edi, 2020) Kemudahan dan kesesuaian latar belakang penerimaan suatu produk (Hanny <i>et al.</i> 2019)

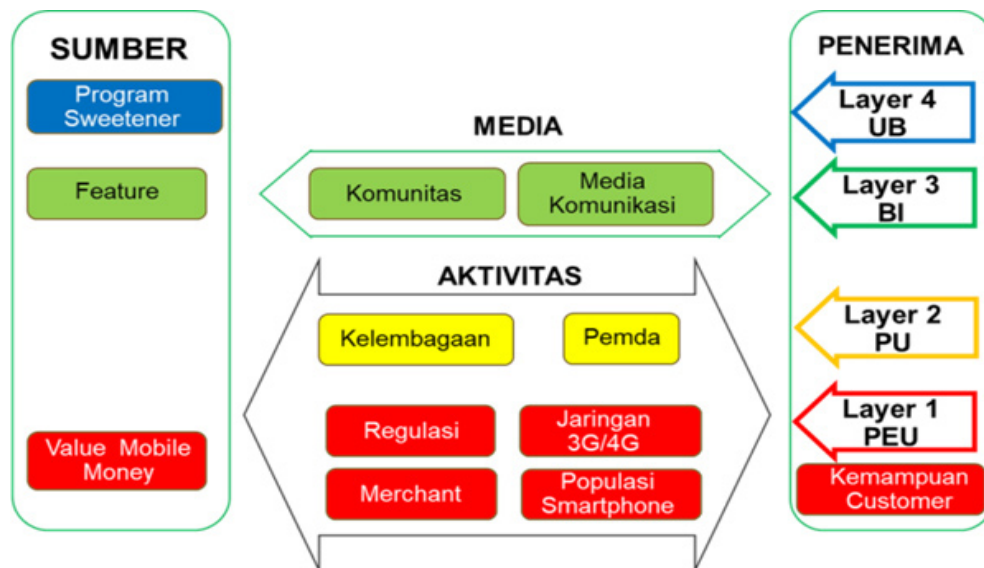
Tabel 6. *Reality*, perubahan & aksi

Model Konseptual	Tahap 5	Tahap 6 dan 7	
	<i>Comparisons with Reality</i>	Perubahan yang Mungkin Dilakukan dan Aksi untuk Perbaiki Situasi	Aksi untuk Perbaiki Situasi
	Kondisi Nyata di tiga Kecamatan	Usulan Perubahan	Aksi untuk Perbaiki Situasi
<b>SUMBER</b>			
Membuat <i>Value Mobile Money</i> yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat pedesaan	Value yang dirasakan masyarakat hanya sebagai alat pembayaran non tunai untuk transportasi dan pembelian makanan	Memberikan <i>Value</i> untuk transaksi penjualan produk/ hasil tani dan pembelian kebutuhan masyarakat pedesaan	<i>Value</i> dan <i>feature</i> untuk transaksi pertanian, peternakan, pengrajin, transfer, simpan pinjam yang aman dan mudah
Kepedulian <i>provider</i> untuk menjadikan masyarakat pedesaan sebagai target pasar	Masyarakat pedesaan belum menjadi target pasar karena kendala teknis dan volume bisnis	Masyarakat pedesaan sebagai target market untuk pengembangan bisnis <i>provider mobile money</i>	Perluasan <i>merchant mobile money</i> dengan merangkul KUD, Toko kelontong, Mini market, UKM
Digitalisasi proses diseminasi melalui penerapan ICT untuk masyarakat di 3 kecamatan	Proses diseminasi di tiga kecamatan tersebut masih dilakukan secara tradisional melalui penyuluhan tatap muka	Membentuk Grup WA kelompok tani, petugas Pemda, <i>team community</i> , <i>provider mobile money</i>	Grup WA di kelola oleh masyarakat dan petugas Pemda
<i>Feature</i> layanan yang dibutuhkan, mudah dan sering dipakai oleh masyarakat pedesaan	Belum ada <i>feature</i> agro yang berpihak untuk kebutuhan rutinitas masyarakat pedesaan	Membuat <i>feature</i> layanan AGRO yang mengakomodasi kebutuhan pokok masyarakat pedesaan	Menambahkan <i>feature</i> AGRO dengan meningkatkan jumlah merchant di pedesaan (KUD dan toko kelontong)
Membuat program <i>sweetener</i> yang menarik bagi masyarakat pedesaan	<i>Sweetener</i> dirasakan pada saat pertama kali Gojek dan Grap masuk di kabupaten Tasikmalaya	Provider, Pemda dan merchant bekerjasama membuat program “ <i>sweetener</i> ” yang menarik bagi masyarakat pedesaan	Program <i>sweetener</i> untuk pembelian pupuk/bibit di KUD, pembayaran PBB dengan <i>mobile money</i>



Tabel 6. *Reality*, perubahan & aksi (lanjutan)

	Tahap 5 <i>Comparisons with Reality</i>	Tahap 6 dan 7 Perubahan yang Mungkin Dilakukan dan Aksi untuk Perbaiki Situasi	
Model Konseptual	Kondisi Nyata di tiga Kecamatan	Usulan Perubahan	Aksi untuk Perbaiki Situasi
<b>AKTIVITAS</b>			
Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik perlu disosialisasikan melalui cabang dan mitra BI	Mayoritas masyarakat pedesaan tidak mengetahui dan peduli tentang regulasi uang elektronik	Penyampaian regulasi dan jaminan keamanan dalam melakukan transaksi dengan <i>mobile money</i>	Kantor cabang BI mensosialisasi regulasi melalui perangkat desa, radio daerah, SMS <i>broadcast</i> dan Grup WA
Pemda membangun ekosistem digital dengan penerapan kebijakan penggunaan <i>mobile money</i> dalam bertransaksi harian masyarakat pedesaan	Pembangunan masyarakat digital belum menjadi prioritas utama pemerintah daerah	Kebijakan <i>top down</i> dari Pemda untuk penggunaan <i>mobile money</i> untuk transaksi yang dibawah kendali Pemda	Penggunaan <i>mobile money</i> untuk pembayaran : PBB, transaksi di KUD, tempat rekreasi, pajak daerah, distribusi bantuan dana
Proses digitalisasi perlu didukung dengan penyediaan program <i>Smartphone</i> & paket data yang murah	<i>Smartphone</i> dan paket data masih dianggap mahal dan bukan menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat pedesaan	Melakukan program bundling untuk pengadaan <i>smartphone</i> , paket data dan promo <i>mobile money</i>	Program <i>bundling</i> pengadaan <i>smartphone</i> dan paket data murah yang berkolaborasi antar lembaga
<b>MEDIA</b>			
Informasi dalam bentuk video, sering dan terdokumentasi akan mudah dipahami oleh masyarakat	Infomasi disampaikan melalui penyuluh, dalam satu waktu dan tidak terdokumentasi dengan baik	Informasi <i>mobile money</i> harus dibuat dalam bentuk video yang menarik, singkat dan mudah dipahami	Informasi dalam bentuk video di sebarakan ke komunitas melalui media sosial secara kontinyu
Penyampaian informasi melalui media sosial	Penyampaian melalui tatap muka dan belum terbiasa melalui media sosial	Menggalakan komunikasi dan koordinasi melalui media sosial secara bertanggung jawab	Pemda berinisiatif membentuk grup WA (Grup Desa, Grup RW, Grup RT, Komunitas)
Membentuk komunitas untuk percepatan penyampaian informasi dan pemahaman kepada masyarakat	Kelompok petani dalam lingkup terbatas sudah terbentuk dengan media komunikasi tatap muka	Pembentukan komuniitas <i>mobile money</i> dengan didukung media komuniaksi sosial	<i>Provider mobile money me maintain</i> komunitas melalui <i>update</i> informasi dan program yang menarik
<b>PENERIMA</b>			
Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memiliki <i>gadget</i> , paket data, Penggunaan medsos	Kemampuan untuk membeli <i>smartphone</i> dan berlangganan paket data masih terbatas dikalangan menengah keatas dan anak muda	Memberikan kemudahan dan keringan untuk memliki <i>smartphone</i> dan paket data bagi masyarakat desa	Program cicilan <i>handphone</i> dan paket data dengan persyaratan yang mudah dan murah bagi masyarakat



Gambar 3. Model diseminasi 4 layer penerapan *mobile money*

Layer 2: membangun persepsi manfaat yang dirasakan oleh masyarakat pedesaan dapat dilakukan dengan cara; a) Pemda berinisiatif membangun ekosistem ekonomi digital melalui penerapan *mobile money*; b) Kebijakan implementasi *mobile money* untuk pembayaran: PBB, transaksi di KUD, distribusi bantuan dana sosial; c) Provider *mobile money* mengelola group komunitas dan menyampaikan informasi lewat grup media sosial; d) Pemda berinisiatif membentuk group “*whatsapp*” (Grup Desa, Grup RW, Grup RT, komunitas petani, komunitas peternak dan komunitas pengrajin). Hipotesis 2 (H2) terbukti bahwa Persepsi manfaat merupakan kritikal faktor kedua yang harus dipenuhi. Mehta *et al.* (2019) dalam penelitiannya juga mengatakan bahwa peran pemerintah dan *provider mobile banking* untuk memprioritaskan penerapan *mobile banking* di pedesaan akan mempercepat terwujudnya penerapan *mobile banking* di pedesaan.

Layer 3: Membangun *Behavioural Intention*: a) Menyediakan *feature* layanan agro dengan *feature*, penjualan hasil tani, pembelian pupuk dan bibit, distribusi dan pendanaan dengan meningkatkan jumlah *merchant* di pedesaan (KUD dan toko kelontong); b) Membangun komunitas ekonomi digital pedesaan dengan menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi; c) *Update* informasi *mobile money* dalam bentuk video disebarluaskan melalui komunitas lewat media sosial (“*whatsapp*” grup) secara rutin. Hipotesis 3 (H3) terbukti bahwa membangun *behavioural intention* merupakan kritikal faktor ketiga yang harus dipenuhi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Nonaka, 1996; Szulanski, 1996) yang

menyimpulkan bahwa menciptakan hubungan yang baik antara sumber atau penyelenggara *mobile money* dan penerima (masyarakat pedesaan) akan mempercepat proses transfer pengetahuan.

Layer 4: Membangun *Usage Behaviour*: Program *sweetener* yang menarik untuk pembelian pupuk, bibit di KUD, pembayaran PBB, serta penjualan hasil panen dengan *mobile money*. Hipotesis 4 (H4) terbukti bahwa membangun *usage behaviour* merupakan kritikal faktor keempat yang harus dipenuhi.

### Implikasi Manajerial

Proses diseminasi penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan perlu di dukung dengan beberapa kebijakan yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga terkait yang berperan penting dalam proses implementasi. Beberapa kebijakan yang perlu dipersiapkan antara lain:

1. Kebijakan provider telekomunikasi: a) *upgrade* dan meningkatkan jangkauan jaringan 3G/4G ke area pedesaan; b) mengeluarkan paket bundling (*gadget* dan paket data dan suara) untuk segmentasi masyarakat pedesaan.
2. Kebijakan *Provider Mobile Money*: a) pengembangan target *market* ke masyarakat pedesaan; b) menyediakan *feature* layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pedesaan; c) membuat program *sweetener* yang menarik bagi masyarakat desa dan kelompok tani; d) kebijakan kemitraan yang menarik untuk para *merchant* dan

UKM.

3. Kebijakan pemerintah daerah: a) mengeluarkan kebijakan bertransaksi dengan *mobile money* untuk distribusi bantuan sosial, pembayaran transaksi KUD, pembayaran PBB, pembayaran di puskesmas dan transaksi lainnya yang dibawah otoritas Pemda; b) pemberdayaan UMKM sektor pertanian dan industri dengan membentuk komunitas agen perubahan di desa-desa yang beranggotakan anak muda sebagai *interface* dalam menerima perkembangan teknologi; c) bekerjasama dengan provider *mobile money* dan telekomunikasi untuk menyiapkan infrastruktur dengan memberikan kemudahan dalam perijinan.
4. Kebijakan Perbankan: a) kebijakan penyediaan mesin ATM; b) mengeluarkan kebijakan cicilan untuk pembelian gawai.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penerapan *mobile money* perlu dikembangkan di masyarakat pedesaan, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penerapan *mobile money* ini merupakan langkah yang strategis untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat pedesaan sehingga dapat mendukung pengembangan agribisnis di Indonesia. Pendekatan *Soft System Methodology* mampu menguraikan permasalahan dengan baik dan menemukan model konseptual yang tepat.

Model diseminasi untuk penerapan *mobile money* di masyarakat pedesaan Kabupaten Tasikmalaya terbagi menjadi empat layer, yaitu 1) membangun persepsi kemudahan dengan memberikan nilai tambah yang lebih baik, pemahaman regulasi, perluasan *merchant*, ketersediaan jaringan 3G/4G, kemudahan mendapatkan gawai dan pengenalan dan update informasi dalam bentuk video melalui media sosial; 2) membangun ekosistem ekonomi digital, kebijakan implementasi *mobile money*, membangun komunitas; 3) menyediakan feature layanan AGRO, membangun komunitas dengan memanfaatkan media komunikasi; 4) membuat program *sweetener* yang menarik untuk pembelian pupuk, bibit di KUD, serta pembayaran PBB dengan *mobile money*.

### Saran

Mengacu kepada keberhasilan implementasi non tunai untuk pembayaran di jalan tol dan KRL dimana titik kritis keberhasilannya adalah kesiapan sarana infrastruktur. Selanjutnya, peran pemerintah dan lembaga terkait dalam berkolaborasi membangun infrastruktur dan kebijakan *top down* penggunaan *e money*. Model diseminasi *mobile money* untuk masyarakat pedesaan dengan hasil akhir masyarakat menjadi terbiasa menggunakan *mobile money* perlu dilakukan secara system. Menyiapkan sarana dan prasara yang dipetakan dalam model 4 layer perlu kolaborasi antara lembaga terkait untuk menciptakan ekosistem *mobile money* di pedesaan. Kebijakan *top down* Pemda akan sangat berperan dalam keberhasilan diseminasi *mobile money*. Penelitian yang dilakukan masih banyak kekurangannya sehingga perlu dilakukan penelitian lain dengan sudut pandang dan lokasi yang berbeda sehingga lebih memperkaya khasanah keilmuan model diseminasi.

### DAFTAR PUSTAKA

- [BI] Bank Indonesia. 2020. Transaksi Uang Elektronik. <https://www.bi.go.id/id/default.aspx>.
- Barakabitze AA, Kitindi EJ, Sanga C, Ayubu S, Masamaki J, Kibirige G. 2015. New Technologies for disseminating and communicating agriculture knowledge and information: challenges for agricultural research institutes in Tanzania. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries (EJISDC)*. 70(2):1-22. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2015.tb00502.x>.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Tasikmlaya. <https://tasikmalayakab.bps.go.id/>
- Hafiar H, Setianti Y, Subekti P. 2019. Dissemination of banking services information and people with visual impairment. *Library Philosophy and Practice*. 3568.
- Jamal E, Mardiharini M, Sarwani M. 2008. Proses diseminasi pengelolaan tanaman dan sumberdaya terpadu padi: suatu pembelajaran dan perspektif ke depan. *Analisis Kebijakan Pertanian* 6 (3): 272 - 285.
- Kukreja A, Chakrabarti B. 2013. Agricultural knowledge management and dissemination: initiatives by information and communication technology.

- Journal of Global Communication*. 6 (1): 51-58. <https://doi.org/10.5958/j.0976-2442.6.1.006>.
- Mehta A, Chakrabarti D, Srivastava R, Mehta R. 2019. Mobile Banking – An Answer to Financial Inclusion in Hilly Rural India. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)* 8(4): 1730-1738. <https://doi.org/10.35940/ijrte.C5822.118419>.
- Munyegera GK, Matsumoto T. 2015. ICT for financial access: mobile money and the financial behavior of rural farm households in Uganda. *Review of Development Economics* 22(1):45-66. <https://doi.org/10.1111/rode.12327>.
- Nonaka I, Takeuchi H, Umemoto K. 1996. A theory of organizational knowledge creation. *International Journal of Technology Management* 11(7): 833-845.
- Ramdhani D. 2019. Ini alasan Kabupaten Tasikmalaya dapat bantuan tertinggi di Jawa Barat. <https://regional.kompas.com/read/2019/12/10/15121301/ini-alasan-kabupaten-tasikmalaya-dapat-bantuan-keuangan-tertinggi-di-jabar> [10 Des 2019].
- Sukmadirana E, Seminar KB, Firdaus M, Arkeman Y. 2020. Determining components that are strongly correlated to rural community interest and willing in using And utilizing mobile money in Tasikmalaya District. *European Journal of Business and Management* 12 (30): 63-73.
- Szulanski G. 1996. Exploring internal stickiness: impediments to the transfer of best practice within the firm. *Strategic Management Journal* 20(S2):27-43. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171105>.
- Widi A, Ermatita. 2016. Pengembangan Knowledge Management System dengan model SECI dan pendekatan Soft System Methodology.
- Prihandoyo WB. 2014. Efektivitas Diseminasi Informasi Pertanian Melalui Media telepon Genggam Pada Petani Sayuran di Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur
- Yongjian L, Shi XL, Wang W. 2015. Influencing factors of knowledge dissemination in rural areas in China. *Nankai Business Review International* 6(2):128-155. <https://doi.org/10.1108/NBRI-05-2014-0026>.
- Simonin BL. 1999. Ambiguity and the process of knowledge transfer in strategic alliances. *Strategic Management Journal* 20(7): 595-623.
- Zahra SA, Ireland RD, Hitt MA. 2000. International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *Academy of Management Journal* 43(5): 925-950. <https://doi.org/10.5465/1556420>.
- Zander U, Kogut B. 1995. Knowledge and the speed of the transfer and imitation of organizational capabilities: an empirical test. *Organization Science* 6(1): 76-92. <https://doi.org/10.1287/orsc.6.1.76>.