



BADAN KEBIJAKAN FISKAL
KEMENTERIAN KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

SNKI STRATEGI NASIONAL
KEMISKINAN DAN
INKLUSIF
Membangun Indonesia Sejahtera



LAPORAN ANALISIS

UPAYA PENINGKATAN AKSES PEREMPUAN TERHADAP LAYANAN KEUANGAN FORMAL





BADAN KEBIJAKAN FISKAL
KEMENTERIAN KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

SNKI STRATEGI NASIONAL
KEUANGAN
INKLUSIF
Membangun Indonesia Sejahtera



LAPORAN ANALISIS

UPAYA PENINGKATAN AKSES PEREMPUAN TERHADAP LAYANAN KEUANGAN FORMAL

Desember 2022



Kata Pengantar

Pembangunan perekonomian berupaya mengangkat perempuan sebagai salah satu faktor utama dalam pemberdayaan ekonomi nasional guna mencapai kesejahteraan masyarakat. Saat ini perempuan di Indonesia jumlahnya 133,54 juta, atau sekitar 49,2 persen dari total penduduk di Indonesia yaitu sebanyak 273,9 juta (2021), di mana 53,6 persen di antaranya merupakan usia produktif. Perempuan juga menjadi salah satu segmen prioritas untuk mencapai target inklusi keuangan, yang secara umum, saat ini capaiannya sebesar 85,1 persen, di mana capaian inklusi keuangan khusus untuk perempuan sekitar 83,88 persen (OJK, 2022). Capaian inklusi keuangan tersebut ditargetkan mencapai 90 persen secara keseluruhan pada tahun 2024 yang akan datang.

Oleh karena itu potensi perempuan sebagai salah satu agen pembangunan perlu semakin dikedepankan melalui pemberdayaan, integrasi dan akselerasi secara berkelanjutan. Dalam kaitan dengan akses perempuan—atau dalam hal ini usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) milik perempuan—terhadap sektor lembaga keuangan formal, saat ini baru sekitar 27 persen perempuan yang telah mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Maka dari itu, perlu dikembangkan konsep kebijakan untuk mendorong angka tersebut melalui skema pembiayaan yang inovatif dan inklusif. Di satu sisi, sudah terdapat upaya-upaya pemberdayaan yang telah dilakukan agar perempuan mendapatkan akses yang lebih baik terhadap sektor keuangan dan sumber daya ekonomi lainnya, namun di sisi lain masih diperlukan rancangan dan implementasi lanjutan, yang lebih spesifik dan berkelanjutan, untuk menghadirkan suatu desain produk dan layanan keuangan guna mengangkat kinerja UMKM perempuan.

Kami menyambut baik laporan akses perempuan yang menyangkut akses pembiayaan UMKM perempuan dengan menyertakan konsep literasi, digitalisasi, upaya meningkatkan kemampuan perempuan agar lebih maju dalam mengelola instrumen keuangan sehingga terhindar dari kerentanan. Konsep upaya peningkatan akses UMKM perempuan terhadap layanan jasa lembaga keuangan formal digitalisasi yang menjadi topik utama pada laporan ini. Konsep ini penting karena merupakan bagian dari strategi keuangan inklusif bagi perempuan dan hasilnya dapat dijadikan pedoman bagi kementerian teknis.

Upaya-upaya strategis yang terencana dan berkesinambungan perlu terus didorong agar partisipasi aktif perempuan dalam perekonomian bangsa semakin nyata dan terintegrasi dengan baik. Upaya-upaya ini perlu mendapatkan dukungan yang menyeluruh dari seluruh pengampu kepentingan secara utuh dalam suatu kerangka yang terintegrasi dan terkoordinasi. Hal ini penting, dikarenakan dalam kerangka pemberdayaan ekonomi nasional peran UMKM perempuan sangatlah penting dan kebijakannya (beserta transmisinya) berkaitan erat dengan peningkatan akses layanan keuangan bagi UMKM perempuan serta melibatkan seluruh stakeholders dalam industri keuangan. Untuk itu laporan dengan topik "*Peningkatan Akses Perempuan Terhadap Layanan Keuangan Formal*" ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bagian dalam upaya peningkatan tersebut dalam melakukan rencana aksi selanjutnya.

Peningkatan akses perempuan ke layanan keuangan formal akan memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi di seluruh wilayah di Indonesia, disamping tentunya dapat terus membantu mengamankan kehidupan keluarga perempuan. Peluang akses keuangan perempuan ini akan dapat mengkapitalisasi perempuan dalam mengelola dan meningkatkan minat perempuan di sektor keuangan secara lebih baik lagi. Terima kasih.

Kepala Badan Kebijakan Fiskal,

Febrio Kacaribu, Ph.D.



Daftar Isi

KATA PENGANTAR - iii

DAFTAR ISI - iv

1. Pendahuluan - 01

- 1.1. Latar Belakang - 02
- 1.2. Tujuan - 03
- 1.3. Ruang Lingkup - 03
- 1.4. Kerangka dan Metode Laporan - 03

2. Tinjauan Inklusi Keuangan Perempuan di Indonesia - 05

- 2.1. Peran Penting Pelaku Usaha Perempuan dalam Perekonomian Nasional - 06
- 2.2. Strategi Literasi dan Inklusi Keuangan Perempuan: Peningkatan Akses Terhadap Layanan Lembaga Keuangan Formal - 07
- 2.3. Aspek Digitalisasi Layanan Keuangan - 07
- 2.4. Pengarusutamaan Gender dalam Lembaga Keuangan Formal - 08

3. Produk Keuangan Formal yang Responsif Gender - 11

- 3.1. Peningkatan Akses Perempuan Terhadap Layanan Keuangan Formal melalui Data Terpilah Jenis Kelamin (DTJK) - 12
- 3.2. Produk/Layanan Keuangan Responsif Gender Bagi UMKM Perempuan - 13
 - 3.2.1 Fitur Produk/Layanan Pembiayaan Responsif Gender - 13
 - 3.2.2 Produk/Layanan Keuangan Non-Kredit Responsif Gender (*Beyond Credit*) - 15
- 3.3. Tinjauan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Sebagai Instrumen Pengembangan Pembiayaan Responsif Gender Potensial - 16

4. Rekomendasi Kebijakan - 19

DAFTAR PUSTAKA - 23

1

PENDAHULUAN





1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Inklusi keuangan berdampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam keuangan yang inklusif, semua pemangku kepentingan harus mengedepankan peran setiap anggota masyarakat (laki-laki dan perempuan) secara setara. Peningkatan akses keuangan bagi perempuan mampu mendorong kesetaraan untuk mengurangi gap antara perempuan dan laki-laki sehingga dapat menjamin dan mendukung pembangunan berkelanjutan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera dan bebas dari perlakuan yang bersifat diskriminatif.

Tabel 1. Literasi dan Inklusi Keuangan & Development Index 2021-2022

| No. | Indikator | Umum | Perempuan | Laki-laki |
|-----|--|------------|-----------|-----------|
| 1. | Literasi Keuangan Indonesia 2022 | 49.9% | | |
| 2. | Inklusi Keuangan Indonesia 2022 | 84.20% | | |
| 3. | Inklusi Keuangan Perempuan Indonesia - Estimasi 2022 | | 81-82% | |
| 4. | Human Development Index (HDI) Indonesia 2021 | 0.705 | | |
| | - Perempuan | | 0.681 | |
| | - Laki-laki | | | 0.723 |
| | - Rata-rata Asia Timur dan Pasifik | 0.749 | 0.74 | 0.756 |
| | - Rata-rata dunia | 0,732 | 0.715 | 0.747 |
| 5. | Usia Harapan Hidup - Indonesia 2021 | 67.6 | | |
| | - Perempuan - Indonesia | | 69.7 | |
| | - Laki-laki - Indonesia | | | 65.5 |
| | - Rata-rata Asia Timur dan Pasifik | 75.6 | 78.5 | 72.9 |
| | - Rata-rata dunia | 71.4 | 74 | 68.9 |
| 6. | Gender Inequality Index (GII) Indonesia 2021 | 0.444 | | |
| | - Rata-rata Asia Timur dan Pasifik | 0.337 | | |
| | - Rata-rata dunia | 0.465 | | |
| 7. | Gender Development Index (GDI) Indonesia 2021 | 0.941 | | |
| | - Rata-rata Asia Timur dan Pasifik | 0.978 | | |
| | - Rata-rata dunia | 0.958 | | |
| 8. | Pendapatan Nasional Bruto per Kapita Indonesia | USD 11.466 | | |
| | - Rata-rata Asia Timur dan Pasifik | USD15.580 | | |
| | - Rata-rata dunia | USD16.752 | | |

Human Development Index (HDI):

Indeks yang diukur dari rata-rata pencapaian 3 dimensi dasar dalam pembangunan manusia yaitu kehidupan yang panjang dan sehat, pengetahuan dan standar hidup yang lebih

Gender Inequality Index (GII):

Indeks yang mencerminkan kekurangan berbasis gender dalam 3 dimensi yaitu kesehatan reproduksi, pemberdayaan dan pasar tenaga kerja.

Gender Development Index (GDI):

Indeks ini diukur dari ketidaksetaraan gender dalam pencapaian 3 dimensi dasar pembangunan manusia: kesehatan yang diukur dari harapan hidup perempuan dan laki-laki saat lahir; pendidikan yang diukur dengan usia harapan perempuan dan laki-laki angkatan sekolah bagi usia rata-rata orang dewasa 25 tahun atau lebih; dan sumber penghasilan yang normal dan diukur dari estimasi upah yang diterima perempuan dan laki-laki.

Sumber:

- OJK, September 2022
- UNDP Human Development Report 2021/2022
- Bank Dunia, 2021

Kesetaraan gender merupakan isu multidimensi yang tercantum dalam tiga Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals/SDGs (Bappenas, 2022). Namun demikian, perilaku stereotip gender dalam berbagai bidang di kehidupan bermasyarakat masih menimbulkan perbedaan capaian pembangunan antara laki-laki dan perempuan. Tujuan Nomor 5 dari SDGs menggarisbawahi bahwa untuk mencapai kesetaraan gender diperlukan pemberdayaan terhadap perempuan dan penghapusan segala bentuk diskriminasi terhadap perempuan. Secara khusus dalam butir "5.a", ditekankan akan upaya memberikan kesetaraan hak antara perempuan dan laki-laki terhadap sumber daya ekonomi, khususnya layanan jasa keuangan. Selanjutnya, Tujuan Nomor 8 dari SDGs menekankan pentingnya dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta penguatan kapasitas institusi keuangan domestik. Sasarannya adalah agar dapat mendorong dan memperluas akses layanan pendanaan untuk seluruh masyarakat, termasuk juga untuk pelaku usaha jasa keuangan (PUJK). Kemudian, Tujuan Nomor 16 dari SDGs juga mendorong adanya upaya akses terhadap keadilan bagi semua dan membangun institusi yang efektif, akuntabel, dan inklusif di semua level.

Sebagaimana uraian dalam RPJMN 2020-2024 tentang pengarusutamaan gender yang menjadi bagian dari pembangunan yang inovatif dan adaptif, peningkatan akses perempuan— dalam konteks ini pelaku usaha (usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)) perempuan—merupakan salah satu strategi untuk mengintegrasikan perspektif perempuan ke dalam pembangunan yang lebih adil dan merata. Dalam kaitan tersebut, akses perempuan dapat mendorong upaya pengurangan kesenjangan antara perempuan dan laki-laki dalam mengakses dan mengontrol sumber daya, termasuk juga terhadap produk dan layanan lembaga keuangan formal sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi dari pelaku usaha perempuan dan nasional secara umum. Selain itu, akses perempuan dalam konteks UMKM perempuan terhadap layanan jasa keuangan dari lembaga keuangan formal, lebih rapuh dibandingkan dengan UMKM pada umumnya. Hal ini terlihat selama masa pandemi di mana UMKM perempuan mengalami hal-hal sebagai berikut (United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN Women), 2021): (i) sebanyak 87 persen perempuan pemilik UMKM mengalami kerugian; (ii) sebanyak 90 persen UMKM perempuan membutuhkan dukungan pendanaan; (iii) sebanyak 25 persen UMKM milik perempuan kehilangan setengah dari pendapatannya. Sementara, secara global terdapat 23 persen UMKM dimiliki (dipimpin) oleh perempuan dan menggambarkan sekitar 32,4 persen celah pembiayaan global. Begitupun dengan kondisi di Indonesia (tinjauan pada Bab 2).

Di Indonesia, tingkat literasi keuangan perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki (A.A. Sawitri, 2017). Saat ini, inklusi keuangan telah mengalami peningkatan yang signifikan dari semula 76,19 persen (2019) menjadi 85,1 persen (OJK, 2022). Sejalan dengan itu, perempuan juga telah mengalami peningkatan literasi dari 75,15 persen (2019) menjadi sekitar 83,88 persen pada 2022. Maka dari itu, upaya peningkatan inklusi keuangan secara umum untuk mencapai target sebesar 90 persen pada tahun 2024 menjadi sebuah prioritas. Upaya tersebut bertujuan agar inklusi keuangan perempuan juga meningkat dengan cara menginkluskikan kaum perempuan secara lebih proporsional (OJK, 2022).

Untuk mengurangi ketimpangan tersebut, studi ini juga mempertimbangkan konsep pengarusutamaan gender dengan mendorong adanya produk atau layanan keuangan yang responsif gender dari lembaga keuangan formal bagi pengusaha perempuan, karena produk yang netral gender saja tidak cukup. Dalam merancang produk atau layanan keuangan yang responsif gender tersebut, pemangku kepentingan perlu mendorong inovasi dan produktivitas (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak atau KemenPPPA, 2021). Dengan inklusi keuangan perempuan, maka kesejahteraan perempuan dan peningkatan layanan keuangan menjadi lebih baik, termasuk untuk kesejahteraan rumah tangga dan pengembangan bisnis secara umum.

1.2. Tujuan

Berdasarkan uraian yang melatarbelakangi tersebut, beberapa tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut.

- a. Menganalisis dari sisi lembaga keuangan formal, jenis produk dan layanan yang relevan dan dapat diimplementasikan agar dapat mendukung perbaikan akses layanan keuangan lembaga keuangan formal terhadap pelaku usaha perempuan sekaligus meningkatkan literasi dan inklusi keuangan, serta mewujudkan pengarusutamaan gender.
- b. Mengusulkan (membangun kerangka) upaya peningkatan akses layanan keuangan formal bagi pelaku usaha (UMKM) perempuan.

1.3. Ruang Lingkup

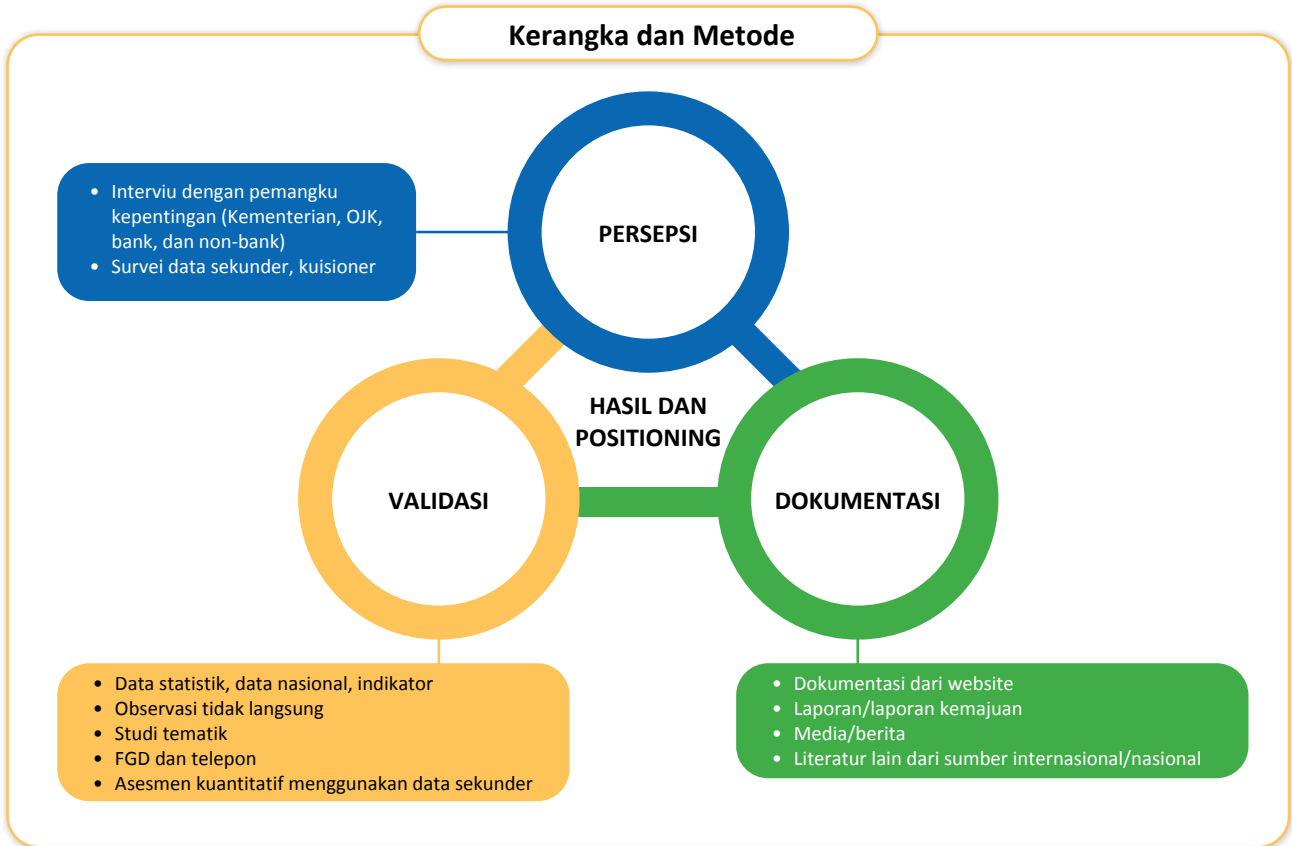
- a. Secara isu, laporan ini mencakup upaya mengidentifikasi kebijakan, produk, atau layanan jasa keuangan formal dalam kerangka peningkatan akses pelaku usaha perempuan.
- b. Laporan ini mencakup pemangku kepentingan terkait utama, yaitu sembilan jenis lembaga keuangan formal yang operasinya berada di bawah pengawasan OJK dan Kementerian Koperasi dan UMKM, narasumber dari tiga kabupaten terpilih, dan narasumber lainnya dalam *focus group discussion* (FGD).

1.4. Kerangka dan Metode Laporan

Laporan ini menggunakan konsep pendekatan segitiga sesuai ketiga sumber informasi, yaitu persepsi, validasi, dan dokumentasi pada Gambar 2 di bawah ini (UNDP, 2002). Untuk memperoleh persepsi, dilakukan dengan cara melakukan telaahan terhadap literatur terkait yang tersedia dan melakukan *focus group discussion* (FGD) yang melibatkan para pemangku kepentingan terkait. Pemangku kepentingan tersebut adalah kementerian terkait, otoritas terkait, bank dan non-bank yang jumlahnya terdiri atas sembilan jenis lembaga keuangan formal, dan narasumber dari tiga kabupaten terpilih. Selanjutnya tahap validasi dilakukan melalui survei, dan menelaah indikator-indikator terkait yang dikembangkan. Adapun pendekatan survei yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring terhadap lembaga keuangan formal dengan menjangkau responden yang rentang kontrolnya lebih luas. Namun demikian, pengolahan data bersifat kualitatif dan terbatas dengan cara *conventional wisdom* (Krosnick, 2010). Selain itu,

juga dilakukan observasi tidak langsung dan FGD, seminar secara virtual dan diskusi langsung melalui telepon kepada pihak terkait. Asesmen dilakukan menggunakan data sekunder. Untuk pendokumentasian, dijalankan melalui informasi dari jejaring situs dan laporan, atau laporan kemajuan dari instansi internasional dan nasional.

Gambar 2. Kerangka dan Metode



Sumber: UNDP (2002), diolah.

Laporan ini menggunakan metode studi pustaka, hasil telaahan terhadap proses-proses diskursus kebijakan seputar upaya dan kebijakan peningkatan akses layanan jasa keuangan terhadap UMKM perempuan melalui *focus group discussion* (FGD), seminar dan konferensi (nasional dan internasional), hasil survei dan perumusan kebijakan yang melibatkan Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan, yang terjadi dalam periode 2022. Adapun dalam proses-proses diskursus tersebut, yang dimaksud dengan upaya dan kebijakan peningkatan akses layanan jasa keuangan UMKM perempuan adalah segala bentuk produk/inovasi/kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah dan swasta yang memberikan akses peningkatan kepada pengusaha (UMKM) perempuan. Laporan ini memiliki keterbatasan terkait akses lanjutan terhadap data yang dibutuhkan, terutama data produk pembiayaan terkait perempuan dari sektor perbankan (hanya tersedia satu sumber bank swasta nasional). Selanjutnya, karena ketidakterediaan data, maka analisis industri disajikan berdasarkan asumsi yang ada.



2

TINJAUAN INKLUSI KEUANGAN PEREMPUAN DI INDONESIA





2. Tinjauan Inklusi Keuangan Perempuan di Indonesia

2.1. Peran Penting Pelaku Usaha Perempuan dalam Perekonomian Nasional

Peran pelaku usaha (UMKM) perempuan sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Mengingat pelaku UMKM (termasuk UMKM perempuan dan pemuda) umumnya merupakan nasabah lembaga keuangan formal dan terintegrasi erat dengan ekonomi sehingga produktivitas dan inklusivitas ekonomi mereka berdampak signifikan terhadap kelangsungan dan keberlanjutan ekonomi suatu negara pada umumnya, termasuk di Indonesia. Selain itu, dukungan ini juga berpotensi untuk memberdayakan perekonomian global dengan nilai yang sangat besar—diperkirakan minimal mencapai US\$2,5 triliun (Unnikrishnan & Blair, 2019). Dalam konteks dukungan ini, penekanan pemberdayaan terhadap UMKM perempuan dalam laporan ini, ditekankan dalam kerangka peningkatan akses terhadap layanan jasa keuangan.

Lebih jauh, upaya peningkatan akses perempuan terhadap layanan keuangan formal, dengan peran serta perempuan, juga dapat berdampak pada perluasan akses dan peningkatan indikator kesejahteraan umum, yaitu bagi individu berpenghasilan rendah dan UMKM. Terkait dengan konteks pemberdayaan perempuan, upaya pembukaan akses layanan keuangan terhadap perempuan juga berpotensi meningkatkan inklusi keuangan dan perekonomian. Perempuan merupakan agen (faktor) kunci perekonomian Indonesia. Hal ini terlihat dari partisipasi dan kontribusi perempuan melalui UMKM (kewirausahawan) perempuan pada perekonomian. Seperti diketahui, terdapat sekitar 65 juta UMKM yang menyumbang sekitar 60,5 persen produk domestik bruto (PDB), menyerap hampir 97 persen tenaga kerja, menghimpun sekitar 60 persen dari total investasi, dan berkontribusi terhadap 15,65 persen ekspor (non-migas) Indonesia (Republika.co.id, 2022).

Dari seluruh UMKM di Indonesia, sebanyak 37 juta UMKM dijalankan oleh perempuan atau 64 persen dari total UMKM, di mana, partisipasi UMKM perempuan di sektor mikro sebesar 61 persen, di sektor kecil sekitar 50 persen, dan di sektor menengah sekitar 39 persen (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021). Produktivitas UMKM di Indonesia sendiri relatif masih rendah. Produktivitas PDB per unit (dalam rupiah) UMKM relatif masih rendah (usaha mikro sebesar 57 juta/unit, usaha kecil sebesar 1,92 miliar/unit, dan menengah sebesar 27,43 miliar/unit) jika dibandingkan dengan usaha besar yang mencapai 935,9 miliar/unit (KemenPPPA, 2022).

Permodalan (akses pembiayaan) dan pemasaran (akses pasar/jaringan) merupakan kendala utama dalam kewirausahawan UMKM nasional (selain dari persaingan), dengan lebih dari 85 persen UMKM tidak pernah menerima kredit/pembiayaan dari lembaga keuangan dan dari jumlah tersebut, sekitar 89,85 persen belum pernah menerima kredit dari lembaga keuangan mikro (KemenPPPA, 2022; Kementerian Keuangan, 2022a; Kementerian Keuangan, 2022c). Selain itu, paparan atau cakupan pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan (sebagai sektor dominan di sektor keuangan) terhadap UMKM relatif terbatas. Pembiayaan dari sektor perbankan melalui kredit usaha rakyat atau KUR hanya mencakup sekitar 7,4 juta usaha mikro dan kecil (UMK) dari sekitar 65 juta UMK, dan mewakili hanya sekitar 18 persen dari total kredit perbankan di tahun 2021 (BRI Research Institute, 2022).

Masih terdapat kesenjangan pembiayaan yang cukup besar bagi perempuan, usaha kecil dan menengah milik perempuan dibandingkan dengan lelaki, yang diperkirakan mencapai US\$1,7 triliun secara global (Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi), 2022). Perempuan juga menghadapi hambatan seperti kurangnya dokumentasi operasi bisnis mereka, serta keterbatasan jaminan. Selain itu, mereka tidak memiliki identifikasi formal atau jaringan bagi pengusaha perempuan untuk memberikan dukungan.

2.2. Strategi Literasi dan Inklusi Keuangan Perempuan: Peningkatan Akses Terhadap Layanan Lembaga Keuangan Formal

Inklusi keuangan merupakan suatu akses keuangan merata yang memiliki potensi dan berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi dengan memberdayakan nasabah. Dengan kata lain akses keuangan di titik paling terjangkau, aman, dengan standar kualitas dan layanan paling minimal tersedia dan menyentuh setiap lapisan masyarakat dalam berekonomi (Kementerian Keuangan, 2022b). Selain itu, sebagai instrumen kebijakan, inklusi keuangan juga dapat meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan layanan keuangan, termasuk rumah tangga dan bisnis. Inklusi keuangan akan mengarah pada ekonomi yang lebih berkelanjutan dan lebih inklusif serta menciptakan dampak positif secara menyeluruh yang merata pada pembangunan sektor keuangan. Melalui inklusi keuangan, masyarakat kurang mampu (marjinal) dapat menurunkan biaya transaksi, meningkatkan kelancaran konsumsi, mengakumulasi aset, dan menurunkan eksposur mereka terhadap risiko produktif atau pribadi. Hal ini lebih lanjut akan menciptakan suatu peluang, pelengkap, dan dukungan untuk reformasi yang lebih luas yang ditujukan untuk mencapai tujuan pembangunan.

Inklusi keuangan dalam hal ini tentunya juga mencakup peran (kesetaraan) perempuan dalam konteks pemberdayaan ekonomi. Peran perempuan dalam perekonomian menjadi penting dikarenakan hal tersebut merupakan satu dari duabelas area kritis dalam mewujudkan kesetaraan gender (UNWomen, 2015). Inklusi keuangan juga menghadapi hambatan dalam penerapannya dengan adanya diskriminasi terhadap perempuan di masyarakat sehingga perempuan mengalami tantangan lebih sulit dibandingkan laki-laki dalam upayanya meraih kesejahteraan ekonomi—atau dalam hal ini akses keuangan—dibandingkan laki-laki (United Nations Development Programme (UNDP) dan United Nations Children’s Fund (UNICEF), 2021).

Di Indonesia sendiri, melalui Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 1984 tentang Pengesahan Konvensi Mengenai Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi Terhadap Wanita, negara (Pemerintah) telah berupaya (wajib) menghapus bentuk diskriminasi terhadap perempuan termasuk dalam kaitannya dengan sektor ekonomi. Hal ini juga didukung dengan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang salah satunya adalah (tujuan Nomor 5) mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan perempuan. Penurunan dari tujuan ini di antaranya (penurunan 5.a) yaitu melakukan reformasi untuk memberi hak yang sama kepada perempuan terhadap akses jasa keuangan (Bappenas, 2022). Perwujudan kesetaraan gender (dalam perekonomian) juga terdapat pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 terkait dengan dukungan terhadap UMKM milik perempuan.

Secara umum, dalam Perpres Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusi atau SNKI, dukungan terhadap pemberdayaan pelaku usaha (UMKM) perempuan sudah tercakup secara luas. Namun, konteks yang utama adalah penekanan dukungan terhadap UMKM perempuan sebagai salah satu kelompok atau target prioritas (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak atau KemenPPPA, 2021). Cara yang tepat yaitu dengan menawarkan produk pendanaan, pembiayaan, dan non-pembiayaan (*beyond credit*) yang responsif gender kepada pelaku usaha (UMKM) perempuan.

Konsep produk pendanaan dan pembiayaan kepada perempuan dimaksud hendaknya, selain membuka lebih luas akses yang responsif gender, juga inovatif dan meningkatkan produktivitas UMKM perempuan.

2.3. Aspek Digitalisasi Layanan Keuangan

Dengan kekinian dari kondisi perekonomian global yang berdampak besar pada UMKM, dalam hal ini UMKM perempuan, isu digitalisasi dalam era baru 4.0 yang dikenal sebagai kondisi normal yang baru (*new normal*) memberikan UMKM perempuan suatu peluang sekaligus tantangan untuk beradaptasi. Digitalisasi turut membantu meningkatkan produktivitas bangsa, memberdayakan UMKM secara efektif juga dalam kerangka kebijakan dan strategi utama untuk mempromosikan inklusivitas dan stabilitas, serta mendorong pertumbuhan dan ketahanan ekonomi yang lebih kuat. Dalam konteks ini, aspek digitalisasi layanan keuangan memiliki peran potensial terhadap

UMKM perempuan melalui berbagai instrumennya untuk meningkatkan akses layanan keuangan lembaga formal secara lebih efektif dan efisien. Hal ini setidaknya tercermin dari hal-hal sebagai berikut.

(a) Indonesia sebagai salah satu negara dengan potensi finansial teknologi (fintek) yang sangat besar.

Indonesia memiliki potensi pasar digital yang besar, yang diproyeksikan akan menembus US\$146 miliar pada 2025 mendatang (CNN Indonesia, 2021). Pada 2021, sejak pandemi Covid-19 yang terjadi, pasar digital Indonesia semakin terakselerasi (masuknya 10,2 persen konsumen baru ke pasar digital), khususnya dikarenakan pergerakan logistik (sebesar 60 persen) melalui belanja daring, yang juga diikuti dengan kenaikan nilai transaksi pembayaran digital sebesar 31 persen (CNN Indonesia, 2021). UMKM perempuan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan potensi tersebut melalui pemanfaatan *platform-platform* pembiayaan dan perdagangan digital yang ada. Untuk itu, pengembangan ekosistem digital, khususnya pembiayaan digital yang terintegrasi dengan platform *e-commerce* dan *market place* (digital), menjadi penting karena UMKM perempuan juga dapat mengembangkan pemasaran produknya sampai ke luar negeri (ekspor). Indonesia sendiri menargetkan kontribusi ekspor UMKM nasional pada 2024 mencapai 21,6 persen (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022).

(b) Peran digitalisasi layanan keuangan dalam meningkatkan akses terhadap produk pembiayaan dan pasar bagi UMKM perempuan.

Salah satu hambatan bagi pelaku usaha perempuan untuk mengakses layanan keuangan formal adalah keterbatasan waktu untuk menjangkau kantor fisik dari lembaga keuangan yang diakibatkan oleh tanggung jawab pekerjaan domestik yang secara disproportional dibebankan kepada perempuan (Salman & Nowacka, 2020). Oleh karena itu, ketersediaan layanan keuangan digital yang mudah diakses, terjangkau, dan sesuai dengan karakteristik kebutuhan perempuan terbukti dapat meningkatkan akses pelaku usaha perempuan terhadap layanan keuangan formal, termasuk pembiayaan. Produk atau layanan digital seperti mekanisme penilaian kredit yang inovatif dengan menggunakan *machine learning* atau *psychometric testing* dapat membantu pelaku usaha perempuan dengan keterbatasan jaminan untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal (Salman & Nowacka, 2020). Lebih lanjut, masuknya UMKM perempuan ke dalam ekosistem keuangan digital juga dapat membuka akses terhadap pasar. Beberapa fintek khususnya terkait sistem pembayaran, biasanya terhubung dengan platform *e-commerce* dan layanan *ride hailing* yang dapat membuka akses terhadap pembeli yang sebelumnya belum terjangkau dengan cara tradisional.

(c) Potensi digitalisasi layanan keuangan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM perempuan.

Penyedia layanan keuangan digital seringkali menyediakan layanan peningkatan kemampuan digital (*digital skills*) dan literasi digital (*digital literacy*) kepada pelanggannya tanpa dipungut biaya tambahan. Penyediaan *one-stop digital learning point* yang dapat diakses oleh seluruh nasabah, termasuk nasabah pemula menjadi krusial untuk mengoptimalkan peran digitalisasi layanan keuangan untuk meningkatkan kapasitas UMKM perempuan. Selain itu, ketersediaan investasi yang berkelanjutan dalam bentuk *training-of-trainers* merupakan suatu kebutuhan dalam rangka peningkatan kemampuan digital pelaku usaha (Bank Dunia, 2022). Lebih lanjut, peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM perempuan dalam kemampuan dan literasi digital juga berhubungan erat dengan upaya peningkatan perlindungan konsumen khususnya di sektor keuangan.

2.4. Pengarusutamaan Gender dalam Lembaga Keuangan Formal

Walau terdapat beberapa indikasi bahwa lembaga keuangan formal (bank dan non-bank) tidak melakukan diskriminasi—namun terdapat stereotip gender yang melekat—antara nasabah laki-laki dan perempuan dalam hal mendapatkan pembiayaan (akan dikaji lebih lanjut pada Bab 3), serta terdapat aspek kesenjangan gender terkait dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Kecenderungan yang perlu diatasi ini umumnya muncul sebagai pengaruh norma sosial gender dan budaya patriarki yang disebabkan oleh kekuasaan, dominasi, hierarki, dan persaingan yang mempengaruhi norma dan budaya tersebut (Sultana, 2011). Faktor-faktor tersebut selanjutnya juga mempengaruhi dimensi kehidupan di masyarakat termasuk dalam pengambilan keputusan di sektor ekonomi, khususnya akses terhadap layanan keuangan. Dalam hal ini, pengarusutamaan gender adalah strategi yang dibangun untuk mengintegrasikan gender dalam suatu kerangka integral dari perencanaan, penyusunan,

pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi atas kebijakan dan program pembangunan nasional (Inpres No.9/2000). Dalam upaya pengembangan ke arah pengarusutamaan gender dalam lembaga keuangan formal, tinjauan ini akan mengutamakan produk pembiayaan yang bersifat responsif gender untuk UMKM perempuan. Hal ini mengingat penyaluran pembiayaan memerlukan kesetaraan kondisi bagi laki-laki dan perempuan untuk memperoleh kesempatan dan hak-haknya dalam berpartisipasi dalam perekonomian agar menikmati hasil pembangunan nasional yang setara.

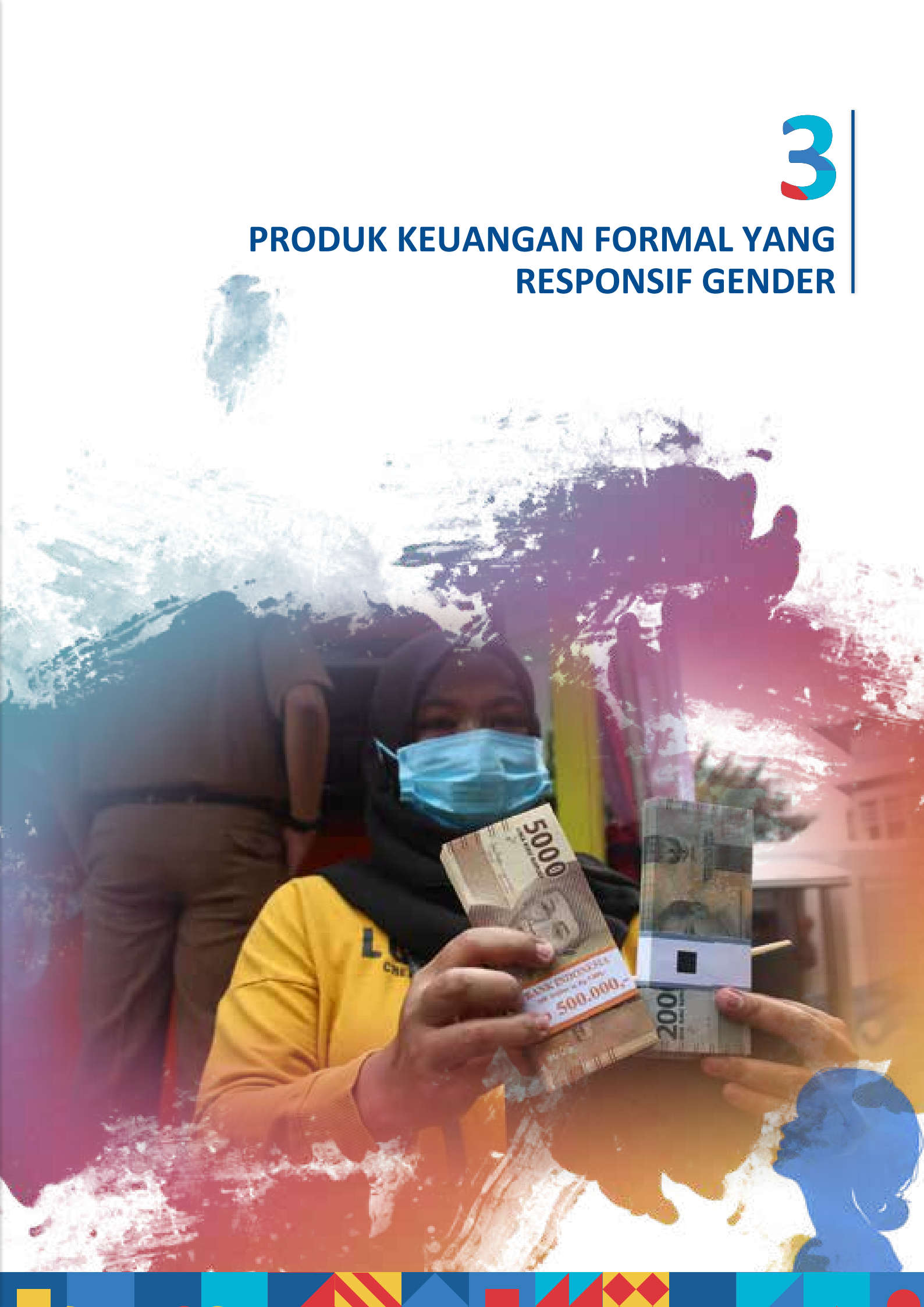
Umumnya, dalam proses penyaluran pembiayaan, proses yang dijalankan telah sesuai dengan prosedur lembaga keuangan formal baik terhadap pengusaha pria maupun perempuan. Namun, masih terdapat kesenjangan gender dalam besaran penyaluran dan dukungan lembaga keuangan (Mahastanti & Nugrahanti, 2013). Lebih lanjut, perempuan mempunyai kebutuhan khusus dalam proses pengajuan pembiayaan dan membutuhkan informasi tambahan dengan mengajukan lebih banyak pertanyaan untuk permohonan proses pembiayaan, dibandingkan nasabah laki-laki. Namun demikian, produk atau layanan yang responsif gender tetap harus memiliki potensi kredit dan cicilan yang lancar.

Adapun strategi pengarusutamaan gender dalam konteks membangun suatu produk keuangan yang responsif gender oleh lembaga keuangan formal (WWB, 2018) adalah sebagai berikut.

- a. **Pengalihan atau pengembangan dari produk yang netral gender.** Produk yang netral gender dan saat ini tersedia di lembaga keuangan formal, dirancang secara umum untuk debitur laki-laki dan perempuan. Rancangan tersebut dalam pelaksanaannya, tidak lepas dari nilai-nilai patriarki yang ada di masyarakat sehingga terlihat dan terstruktur “cenderung” untuk memenuhi kebutuhan pengusaha laki-laki. Meskipun demikian, untuk produk pembiayaan, pengusaha perempuan tetap memiliki kebutuhan yang spesifik. Selain memiliki karakter usaha yang berbeda, pengusaha perempuan akan mengalami proses (pengalaman) akses pembiayaan yang berbeda dengan pengusaha laki-laki, dan akan menghargai produk responsif gender dengan lebih antusias. Untuk itu, diperlukan produk pembiayaan khusus yang responsif gender untuk mengembangkan usaha pengusaha perempuan.
- b. **Penerapan segmentasi sejak merancang produk dari awal.** Adapun faktor kunci dalam melakukan segmentasi produk responsif gender yaitu dengan menyertakan karakter atau variabel kunci perempuan dalam merancang produk keuangan sejak permulaan. Variabel-variabel yang dipertimbangkan, diantaranya seperti suku bunga, kemampuan membayar, dan akses yang mungkin tidak terlalu diperhatikan oleh laki-laki (Cheston & Kuhn, 2002).
- c. **Penekanan pengembangan produk yang tepat sasaran untuk perempuan.** Lembaga keuangan formal juga perlu mencermati potensi pangsa pasar UMKM perempuan sebagai suatu strategi pertumbuhan bisnis. Selain sebagai bentuk dukungan dan inovasi terhadap UMKM perempuan, lembaga keuangan formal dapat mengembangkan suatu produk unik yang dapat mengungkit kinerjanya sendiri melalui dukungan terhadap UMKM perempuan. Pengembangan produk layanan lembaga keuangan formal yang responsif gender hingga skala usaha yang lebih besar berpotensi mendatangkan keuntungan bagi lembaga keuangan formal.



PRODUK KEUANGAN FORMAL YANG RESPONSIF GENDER





3. Produk Keuangan Formal yang Responsif Gender

Bab ini merupakan hasil eksplorasi dan validasi (berdasarkan) produk-produk yang responsif gender dan berpotensi responsif gender berdasarkan pengalaman yang telah dijalankan oleh beberapa lembaga keuangan formal nasional dan internasional, beserta hasil survei dalam kaitannya terhadap upaya peningkatan akses perempuan terhadap layanan jasa keuangan.

3.1. Peningkatan Akses Perempuan Terhadap Layanan Keuangan Formal melalui Data Terpilah Jenis Kelamin (DTJK)

Data terpilah berdasarkan jenis kelamin atau DTJK merupakan suatu pengelompokan dan pengelolaan dari beragam data pembiayaan dan non-kredit (*beyond-credit*) yang oleh lembaga keuangan formal dilakukan pemilahan berdasarkan jenis kelamin dari nasabahnya. Pengelompokan ini secara umum sudah dilakukan oleh sebagian besar lembaga keuangan formal, namun belum dikelola secara optimal dan terkoordinasi dalam suatu kerangka pengelolaan yang responsif gender. Menekankan pengelolaan dan pelaporan data, inisiatif DTJK menghasilkan momentum internasional dengan diluncurkannya *Women Entrepreneurs Finance Initiative* atau *WeFi Code* yang pada dasarnya merupakan inisiatif sukarela, yang berawal dari Inggris di tahun 2019 dengan implementasinya terhadap 130 ribu lembaga keuangan (terutama sektor perbankan), guna melacak dan melaporkan kinerja data UMKM berdasarkan data terpilah berdasarkan jenis kelamin atau DTJK (*Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi)*, 2022). Secara praktik, *WeFi Code* telah dilakukan (diadopsi) di sekitar 60 negara terhadap 130 ribu UMKM perempuan dengan berbagai perkembangan yang positif (*We-Fi*, 2022).

Dalam pelaksanaannya, implementasi pengelolaan DTJK akan sangat bergantung pada peran dan pelaksanaan fungsi dari para pengampu kepentingan di industri keuangan melalui kerangka kolaborasi dan dukungan regulasi yang kuat. Pengelolaan dari DTJK yang dilakukan utamanya yaitu membentuk pelaporan berdasarkan data terpilah gender. Hal ini mencakup pengumpulan, pengelompokan, pengelolaan dan penstrukturan data berdasarkan jenis kelamin guna meningkatkan kualitas dan kuantitas data yang mampu melacak dan melaporkan secara langsung isu-isu terkait tingkat pembiayaan terhadap UMKM perempuan dibandingkan dengan usaha (UMKM) lainnya. Selain itu juga disematkan amanat kepada suatu jabatan di lembaga keuangan terkait, untuk mengembangkan portofolio pembiayaan UMKM perempuan.

Di Indonesia sendiri, secara umum inisiatif DTJK sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024 melalui strategi (kebijakan) pengarusutamaan gender dengan meningkatkan partisipasi perempuan dalam pembangunan dan pengambilan keputusan. Selain itu, hal ini juga sejalan dengan beberapa kerangka peraturan utama dan turunannya, dan juga beberapa lembaga strategis lainnya di sektor keuangan, dalam mengembangkan UMKM dan perekonomian (seperti Peraturan Presiden (Perpres) tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024, dan juga Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)). Secara nasional sendiri, telah terdapat beberapa kerangka peraturan yang mengamankan pembangunan basis data tunggal UMKM, seperti UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dan Peraturan Presiden (Perpres) No. 39 Tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia, dan Perpres No 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024. Namun, dalam kerangka-kerangka tersebut, belum terdapat secara khusus mandat yang mengamankan pengumpulan (dan pengelolaan) data UMKM perempuan.

Keberhasilan implementasi DTJK (melalui *WeFi Code*) tercatat telah menghasilkan penelusuran dan pelaporan data UMKM berbasis data terpilah gender oleh 130 ribu lembaga keuangan, yang tidak hanya mampu menciptakan momentum riil dari upaya menutup celah pendanaan dan pembiayaan bagi UMKM perempuan, namun juga mengidentifikasi peluang-peluang yang secara praktis dapat dimanfaatkan untuk mengangkat portofolio atau porsi aset UMKM perempuan (*Women's Financial Inclusion Data (WFID) Partnership, 2022*). Penelusuran dan pelaporan tersebut lebih lanjut memungkinkan proses analisa dan kajian yang baik terhadap kebutuhan pembiayaan dan pendanaan serta jenis produk non-kredit (*beyond credit*) UMKM perempuan untuk menghasilkan jawara (kampiun) UMKM perempuan.

3.2. Produk/Layanan Keuangan Responsif Gender Bagi UMKM Perempuan

Instrumen keuangan responsif gender adalah produk atau layanan keuangan yang dirancang dengan memperhatikan karakteristik perempuan sehingga dapat mengurangi atau menghilangkan hambatan (*barriers*) bagi perempuan untuk mengakses layanan keuangan formal (Salman & Nowacka, 2020). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Holloway, Niazi dan Rouse (2017), setidaknya terdapat tiga kelompok hambatan pencapaian keuangan inklusif yang berbasis gender yaitu dari sisi permintaan, sisi penawaran dan hukum serta peraturan terkait. Hambatan-hambatan dimaksud juga dihadapi oleh UMKM perempuan.

Tabel 3. Hambatan Keuangan Inklusif yang Berbasis Gender

| Faktor Permintaan | Faktor Penawaran | Faktor Hukum dan Peraturan |
|---|---|---|
| Rendahnya daya tawar dalam keluarga | Penawaran produk yang tidak sesuai dengan karakteristik perempuan | Persyaratan pembukaan rekening yang merugikan perempuan |
| Terkonsentrasi pada aktivitas ekonomi berpendapatan rendah | Kurangnya kebijakan yang responsif gender termasuk pada praktik perancangan produk/layanan serta pemasarannya | Hambatan untuk memperoleh kartu identitas formal |
| Pekerjaan domestik yang tidak dibayar | Saluran distribusi yang tidak sesuai dengan karakteristik perempuan | Hambatan hukum untuk memiliki dan mewarisi properti dan jaminan lainnya |
| Rendahnya akses terhadap jaminan/kolateral | - | Kurangnya sistem pelaporan yang responsif gender |
| Ketiadaan kartu identitas formal | - | - |
| Rendahnya mobilitas akibat keterbatasan waktu atau norma sosial | - | - |
| Kepemilikan telepon seluler yang lebih rendah | - | - |

Sumber: Holloway, Niazi dan Rouse (2017)

Berdasarkan hambatan-hambatan tersebut, ketersediaan instrumen keuangan yang responsif gender, menjadi krusial agar UMKM perempuan dapat terlibat secara aktif dalam keuangan yang inklusif. Oleh karena itu, produk atau layanan keuangan yang responsif gender bagi UMKM perempuan akan dijelaskan lebih lengkap pada bab ini, dan dibagi berdasarkan dua kelompok yaitu produk/layanan keuangan formal terkait pembiayaan dan non-pembiayaan (*beyond credit*).

3.2.1 Fitur Produk/Layanan Pembiayaan Responsif Gender

Global Partnership for Financial Inclusion (GPII) pada tahun 2022 menyoroti kelompok rentan yang sebelumnya termarginalisasi dari akses keuangan formal, utamanya perempuan, pemuda dan UMKM, agar bisa mendapatkan akses terhadap layanan keuangan formal dengan memanfaatkan digitalisasi. Sasaran ini sangat relevan bagi Indonesia mengingat UMKM perempuan di negara berkembang di Asia mengalami *gap* pembiayaan (*financing gap*) sekitar US\$285 miliar, jumlah terbesar dibandingkan dengan kawasan lainnya di dunia (International Bank for Reconstruction and Development, 2017). Berbagai penelitian telah menyatakan bahwa akses terhadap pembiayaan merupakan tantangan terbesar bagi

pengusaha perempuan, terlebih bagi mereka yang termasuk dalam “*missing middle*” yaitu usaha yang sudah terlalu besar untuk pembiayaan ultra mikro, namun masih terlalu kecil dan berisiko untuk mendapatkan pinjaman dari bank atau perusahaan modal ventura (Siegrist, 2022).

Terdapat berbagai hambatan bagi pengusaha UMKM untuk mendapatkan pembiayaan formal. Shinozaki (2019) mengelompokkan hambatan utama bagi UMKM untuk mendapatkan akses terhadap pembiayaan yaitu: ketersediaan jaminan, kebijakan pembiayaan dari lembaga keuangan, prosedur yang rumit, tingkat suku bunga yang tinggi dan perlakuan lembaga keuangan yang diskriminatif. Di negara berkembang, hambatan bagi UMKM perempuan untuk mendapatkan akses pembiayaan utamanya diakibatkan oleh persyaratan terkait jaminan dan suku bunga yang tinggi (We-Fi, 2021). Lebih lanjut, penghalang bagi UMKM perempuan seringkali berada di luar kontrol pengusaha sehingga diperlukan intervensi berupa kebijakan strategis dari pemerintah (Panda, 2018).

The Rose Review yang diinisiasi oleh Alison Rose (2021), CEO NatWest Group, dan dengan dukungan HM Treasury UK merekomendasikan tiga area kebijakan strategis yang dapat diambil untuk membantu pengusaha perempuan, yaitu: (i) meningkatkan pembiayaan yang ditujukan kepada perempuan, (ii) memperluas dukungan perawatan keluarga; dan (iii) meningkatkan akses kewirausahaan kepada perempuan dan dukungan melalui mentoring serta jejaring yang mudah dijangkau. Berdasarkan *Rose Review*, Pemerintah Inggris selanjutnya mencanangkan *The Investing in Women Code* yang merupakan komitmen kerja sama antara pemerintah dan swasta untuk meningkatkan akses atas layanan keuangan (berupa pembiayaan dan modal) bagi usaha kecil dan menengah (UKM) perempuan.

Berangkat dari komitmen tersebut, pada tahun 2021, NatWest Bank mengalokasikan pembiayaan bagi pengusaha perempuan sebesar £2 miliar (poundsterling Inggris) untuk memberikan dukungan dalam masa pemulihan akibat Covid-19, dua kali lipat dibandingkan dengan alokasi tahun sebelumnya (NatWest Group, 2021). Dukungan tersebut merupakan intervensi kepada pengusaha perempuan terbesar yang dilakukan oleh lembaga keuangan di Inggris. Pembiayaan dimaksud dapat diakses baik oleh nasabah perempuan yang baru memiliki akun ataupun nasabah lama NatWest yang baru pertama kali meminjam di bank. Dari sisi Pemerintah, HM Treasury meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung UKM Perempuan di Inggris salah satunya melalui Gerakan Innovate UK’s Women. Gerakan tersebut menyediakan akses perempuan terhadap *advice*, pembiayaan dan koneksi untuk membantu mereka mengembangkan bisnis (NatWest Group, 2021).

Merujuk pada We-Fi Code yang dikembangkan oleh World Bank, SeaBank di Vietnam dengan pinjaman dari IFC, juga menyalurkan US\$40 juta pinjaman bagi UMKM dengan minimal 50 persen ditujukan khusus (*earmarked*) untuk UMKM perempuan (Huong, 2022). Terkait dengan program tersebut, IFC juga mengadvokasi SeaBank terkait dengan *women’s banking* strategi dalam rangka menutup gap pembiayaan di Vietnam. Selain itu, ADB juga memberikan dukungan finansial kepada bank-bank di Vietnam untuk menyalurkan pinjaman bagi UKM perempuan di Vietnam, dengan proyeksi jumlah UKM perempuan yang mendapatkan manfaat dari program tersebut adalah sebanyak 5.105 di tahun 2024.

Terdapat bukti-bukti yang mendukung peningkatan akses UMKM perempuan terhadap pembiayaan karena tersedianya produk atau layanan keuangan yang didesain sesuai dengan kebutuhan mereka (Siegrist, 2022). Namun demikian, sebagian besar penelitian fokus kepada *microfinance* atau pembiayaan mikro. Salah satu karakteristik penyaluran pembiayaan mikro kepada perempuan adalah penyaluran yang dilakukan secara berkelompok (*group lending*). Lebih lanjut, menurut Siegrist (2022), para pemangku kepentingan perlu untuk mengeksplorasi fitur-fitur dan inovasi pada pembiayaan mikro agar dapat diadopsi pada produk dan layanan untuk skala bisnis yang lebih besar dalam konteks UMKM. Selain pembiayaan mikro, solusi lainnya yang mulai banyak diteliti adalah *cash flow-based lending* yaitu pemanfaatan data dari penggunaan telepon seluler, *purchase habits* atau transaksi historis

sebagai alternatif dari jaminan/kolateral pada sektor-sektor yang didominasi oleh UMKM perempuan. Alternatif ini dapat menjadi angin segar bagi UMKM perempuan yang kesulitan mengajukan pinjaman karena ketiadaan jaminan. Lebih lanjut, Siegrist (2022) juga mengeksplorasi *trade finance* sebagai bentuk dukungan pembiayaan bagi UMKM perempuan. Sebagai contoh, di Kanada, Export Development Canada (EDC) menyediakan dukungan berupa peningkatan pengetahuan perdagangan internasional, pembiayaan ekspor, dan jaminan serta asuransi untuk ekspor.

Selanjutnya, terkait dengan kesulitan jaminan yang dihadapi oleh perempuan, beberapa negara seperti India, Kolombia dan Kenya, memberikan fasilitas Kredit Perumahan Rakyat (KPR) perempuan (IFC, 2019). Hasil studi dari tiga negara tersebut menunjukkan bahwa hambatan terbesar dari kepemilikan rumah adalah rendahnya pendapatan. Kepemilikan rumah di Kolombia, misalnya, berada pada posisi terendah di Amerika Selatan. Lebih lanjut, penelitian IFC juga menunjukkan bahwa faktor utama dari kepemilikan rumah suatu keluarga ditentukan oleh pendapatan dan usia, bukan berdasarkan jenis kelamin pembuat keputusan dalam keluarga.

Dari beberapa contoh penerapan dari pembiayaan yang responsif gender di beberapa negara yang telah dijelaskan di atas, secara umum produk pembiayaan terhadap UMKM perempuan berbentuk umumnya pembiayaan (tidak dibangun secara khusus/spesial untuk gender perempuan, misal dengan kelebihan subsidi bunga kredit, plafon yang lebih besar atau tenor lebih panjang). Namun terdapat beberapa hal penting yang menjadi fitur-fitur khusus yang umumnya melekat pada produk pembiayaan UMKM perempuan sebagai produk atau layanan yang responsif gender, adalah sebagai berikut.

- Beberapa inisiatif penting terkait dengan layanan pembiayaan yang responsif gender dilakukan berdasarkan inisiatif We-Fi Code yang menekankan pada pentingnya data terpilah berdasarkan jenis kelamin (DTJK). Atau pada umumnya, didahului oleh ketersediaan DTJK.
- Program pembiayaan tersebut menjadi bagian dari program dukungan untuk UMKM secara umum, namun ada yang secara spesifik ditujukan khusus untuk UMKM perempuan (*earmarked*). Bentuk pinjaman dapat berupa *cash flow-based lending*, *trade finance*, atau modal usaha.
- Selain *earmarked* untuk UMKM perempuan, pinjaman tersebut tidak membutuhkan jaminan dan juga diintegrasikan (*bundling*) dengan akses terhadap berbagai dukungan lainnya seperti penilaian kredit yang inovatif, penyusunan strategi bisnis, dan *networking*. Khusus untuk pembiayaan mikro, biasanya penyaluran pinjaman diberikan kepada UMKM perempuan secara berkelompok.

3.2.2 Produk/Layanan Keuangan Non-Kredit Responsif Gender (*Beyond Credit*)

Terkait dengan layanan keuangan non-kredit responsif gender teridentifikasi beberapa bentuk layanan tersebut, yaitu: (i) sistem pembayaran; (ii) pengintegrasian UMKM perempuan terhadap (akses) pasar/jaringan; dan (iii) pengembangan kapasitas yang mencakup pengembangan keterampilan (bisnis) inti dan keterampilan tambahan (*soft skills*, manajemen dan pengembangan bisnis, serta pemanfaatan digitalisasi) guna mengakselerasi bisnis UMKM perempuan. Hal yang menjadi sorotan di sini adalah banyaknya produk-produk *beyond-credit* yang terkait erat dengan digitalisasi.

1. Sistem pembayaran

Sekitar 37 persen pembayaran *peer to business* (P2B) kepada usaha eceran kecil/mikro di seluruh dunia dilakukan secara elektronik dan juga sangat membantu bagi UMKM perempuan (Sivalingam, 2022). Dalam laporan kolaborasi yang dipimpin oleh SME Finance Forum (2022), disampaikan bahwa berdasarkan studi kasus yang dilakukan terhadap produk-produk *beyond-credit*, sistem pembayaran merupakan produk yang sangat berdampak terhadap kinerja UMKM perempuan. Sistem pembayaran merupakan produk yang menyokong fungsi dasar UMKM perempuan, yaitu transaksi langsung yang memudahkan. Sistem pembayaran yang mudah dan praktis, dengan fokus kepada kebutuhan dari *end-user* atau pengguna akhir dari produk, merupakan faktor keberhasilan dari produk ini. Lebih lanjut, sistem pembayaran juga meningkatkan kepercayaan dan inklusivitas.

2. Akses pasar

Berdasarkan beberapa studi dan laporan, UMKM perempuan membutuhkan upaya pengembangan (jaringan akses) pasar, selain dari pembiayaan, untuk keberlanjutan usahanya (International Finance Corporation, 2016; Women's World Banking (WWB), 2022). Beberapa bentuk *beyond-credit* ini dapat diselenggarakan secara umum oleh lembaga keuangan formal (terutama bank dan *platform*). Adapun bentuk produk *beyond-credit* yang ada antara lain adalah (WWB, 2022; Sivalingam, 2022): (i) program *networking* dengan pola *patron-client*, kemitraan umum atau dengan perusahaan/tokoh besar; (ii) penyediaan fasilitas lembaga keuangan (misal, situs web perbankan, aplikasi atau platform) sebagai sarana pemasaran produk UMKM perempuan; dan (iii) menyertakan UMKM perempuan ke dalam *supply chain* melalui *platform*.

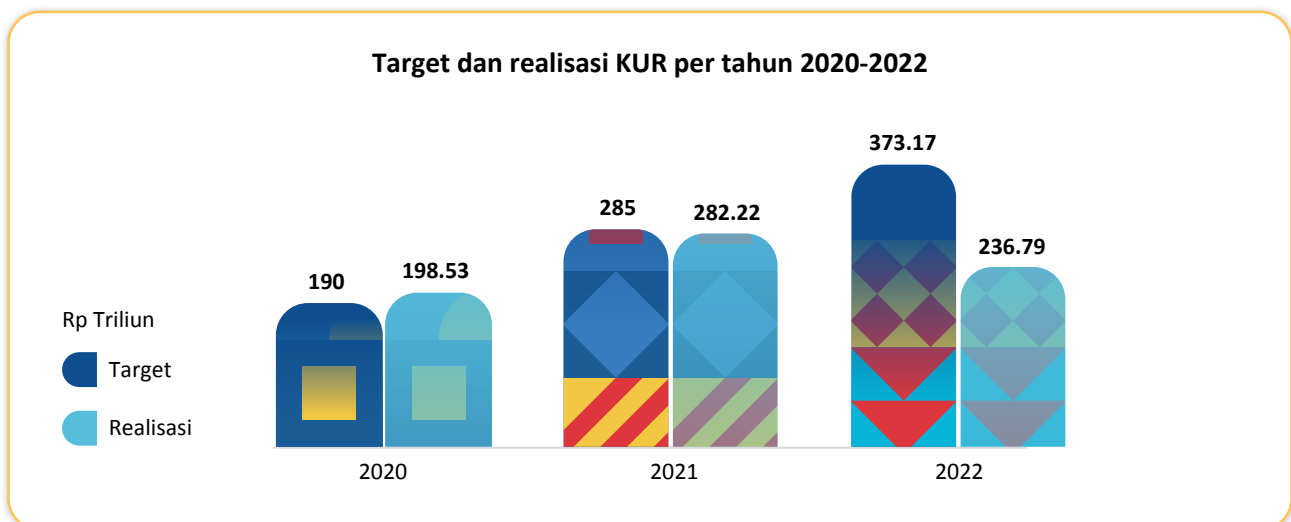
3. Pengembangan kapasitas (*capacity building*)

Pengembangan kapasitas dari UMKM perempuan dalam berbagai metode (kelas, praktik atau digital) merupakan hal yang umum dilakukan oleh lembaga keuangan sebagai suatu bentuk produk *beyond-credit* dan cenderung lekat dengan pembiayaan itu sendiri sebagai suatu paket atau sebagai suatu program akselerasi. Adapun cakupan dari pengembangan kapasitas ini termasuk pengembangan dari bisnis utama UMKM perempuan terkait dan *soft skill* mereka seperti kemampuan manajerial, mengelola bisnis serta mengelola bisnis mereka secara digital.

3.3. Tinjauan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Sebagai Instrumen Pengembangan Pembiayaan Responsif Gender Potensial

Berdasarkan Permenko 1 Tahun 2022, Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/pembiayaan modal kerja kepada debitur individu atau perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan yang belum cukup (*unbankable*). KUR diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas akses pembiayaan kepada usaha produktif; meningkatkan kapasitas daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah; dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Saat ini, terdapat 4 (empat) jenis produk KUR konvensional yang disalurkan oleh 44 lembaga bank maupun non-bank, yaitu KUR Super Mikro, KUR Mikro, KUR Kecil, dan Pekerja Migran Indonesia (PMI). Target plafon KUR tahun 2022 yang ingin dicapai adalah sebesar Rp373,17 triliun dimana realisasinya meningkat terus dari tahun ke tahun dan hingga 31 Agustus 2022 sebesar Rp236,79 triliun, atau 63,45 persen dari target tahun 2022 (Kemenko Perekonomian, 2022).

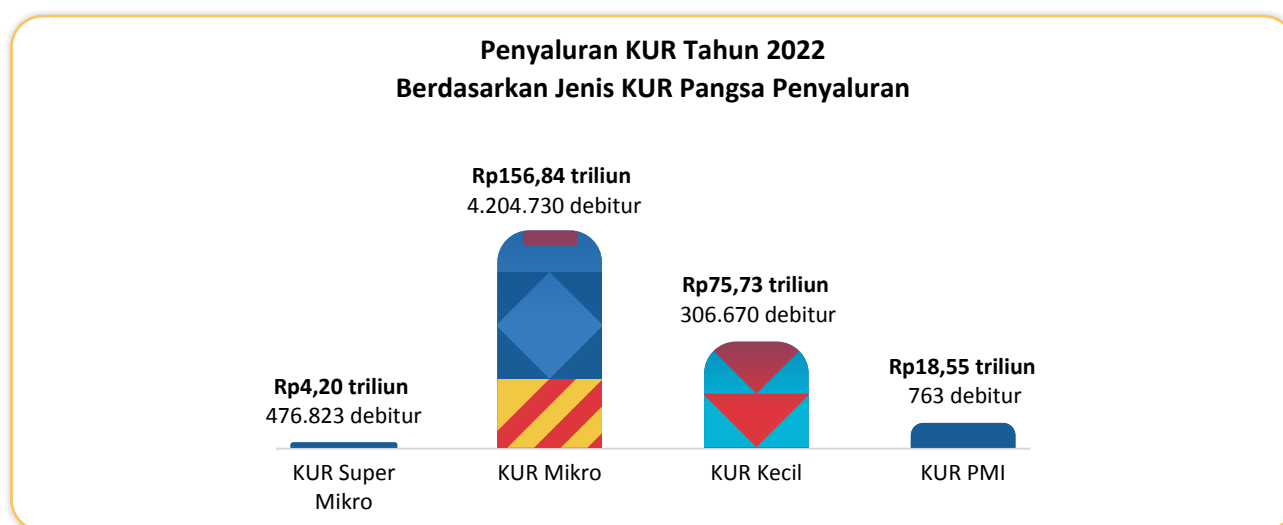
Gambar 4. Target dan Realisasi KUR 2020-2022



Sumber: Kemenko Perekonomian (2022)

Selain itu, cakupan KUR juga cukup luas baik dari sisi nasabah, jenis usaha penyaluran (pembiayaan) dan daerah penyaluran, dengan tren yang meningkat. Hingga 31 Agustus 2022, terdapat 4,99 juta debitur baru yang sudah melakukan pengikatan kredit KUR. Target penyaluran KUR yang direncanakan Pemerintah dan bank penyelenggara, mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selanjutnya, total *outstanding* KUR sejak Agustus 2015 sampai dengan 31 Agustus 2022 secara akumulatif sebesar Rp553 triliun yang diberikan kepada 37,15 juta debitur dengan *non-performing loan* (NPL) sebesar 1,03 persen. Sebagaimana terlihat pada Gambar 5, penyaluran KUR tahun 2022 berdasarkan jenis pangsa penyalurannya didominasi oleh KUR mikro sebesar 66.24 persen dengan total penyaluran Rp156.84 triliun dan total debiturnya sebanyak 4.204.730 debitur dan disusul oleh KUR kecil yaitu 31.98 persen, dengan total penyaluran Rp75.73 triliun serta mencakup 306.670 jumlah debitur (Kemenko Perekonomian, 2022).

Gambar 5. Penyaluran KUR Tahun 2022



Sumber: Kemenko Perekonomian (2022)

Berdasarkan sektor ekonomi (pertanian, perburuan, kehutanan, perikanan, industri pengolahan, perdagangan, konstruksi, jasa-jasa dan pariwisata), hingga 31 Agustus 2022, penyaluran KUR sudah mencapai 56,1 persen. KUR Mikro mendominasi dengan plafon yang paling besar dari sektor perdagangan (43,9 persen), kemudian sektor pertanian (31,5 persen) dan jasa (14,1 persen). Terkait dengan lokasi, penyaluran KUR didominasi oleh pelaku usaha di Pulau Jawa (Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat), disusul oleh Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan.

Tabel 6. Penyaluran KUR Berdasarkan Sektor Ekonomi – 31 Agustus 2022

| No. | Sektor Ekonomi | KUR Super Mikro | | | | KUR Mikro | | | | KUR Kecil | | | | Total | | | |
|--------------|---------------------------------|-----------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| | | 31 Des 2021 | | 31 Agt 2022 | | 31 Des 2021 | | 31 Agt 2022 | | 31 Des 2021 | | 31 Agt 2022 | | 31 Des 2021 | | 31 Agt 2022 | |
| | | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % | Rp Triliun | % |
| 1 | Pertanian, Perburuan, Kehutanan | 2,7 | 27,3 | 1,3 | 30,7 | 63,0 | 35,0 | 58,7 | 37,4 | 18,8 | 20,4 | 14,6 | 19,3 | 84,5 | 29,9 | 74,6 | 31,5 |
| 2 | Perikanan | 0,2 | 2,3 | 0,1 | 2,1 | 3,4 | 1,9 | 2,7 | 1,8 | 1,6 | 1,7 | 1,2 | 1,6 | 5,2 | 1,8 | 4,1 | 1,7 |
| 3 | Industri Pengolahan | 1,1 | 11,2 | 0,4 | 10,1 | 17,7 | 9,8 | 14,6 | 9,3 | 6,7 | 7,2 | 5,2 | 6,9 | 25,5 | 9,0 | 20,2 | 8,5 |
| 4 | Perdagangan | 4,6 | 45,3 | 1,9 | 44,4 | 72,2 | 40,2 | 60,4 | 38,5 | 49,7 | 53,9 | 41,8 | 55,2 | 126,5 | 44,8 | 104,1 | 43,9 |
| 5 | Konstruksi | 0,0 | 0,1 | 0,003 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,13 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,2 | 0,5 | 0,2 |
| 6 | Jasa-jasa | 1,4 | 13,8 | 0,5 | 12,6 | 23,4 | 13,0 | 20,3 | 13,0 | 15,1 | 16,3 | 12,5 | 16,5 | 39,9 | 14,1 | 33,3 | 14,1 |
| 7 | Pariwisata | 0,5 | 4,5 | - | - | 7,6 | 3,8 | - | - | 9,2 | 6,3 | - | - | 17,3 | 6,1 | - | - |
| Total | | 10,1 | 100 | 4,2 | 100 | 179,9 | 100 | 156,9 | 100 | 92,3 | 100 | 75,7 | 100 | 282,22 | 100 | 236,79 | 100 |

Sumber: Kemenko Perekonomian (2022)

Dari tren yang ada, terlihat bahwa target dan realisasi KUR ini menunjukkan peningkatan yang signifikan. Jumlah debitur juga mengalami kenaikan dan Pemerintah Pusat menargetkan peningkatan yang konstan. Hal ini agar semakin banyak nasabah supermikro, mikro dan kecil terbantu memperoleh modal kerja untuk melakukan rekapitalisasi modal kerja. KUR merupakan program yang inklusif, memiliki ekosistem yang matang dan secara kuat melibatkan lembaga keuangan formal serta pengembangannya juga beririsan dengan pengembangan keuangan digital (Mawesti et. al., 2018).

Lebih lanjut, studi atau data yang menunjukkan peran KUR dalam meningkatkan akses UMKM perempuan terhadap layanan keuangan formal masih sangat terbatas. Data di tahun 2016 menunjukkan bahwa perempuan baru menikmati 34 persen fasilitas KUR (Mawesti et. al., 2018). Keterbatasan ini diindikasikan karena data-data KUR termasuk yang disajikan dalam evaluasi dan monitoring KUR, belum terpilah berdasarkan jenis kelamin. Ketiadaan data terpilah jenis kelamin, dapat menjadi penghambat untuk mencapai tujuan keuangan yang responsif gender seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya.

Berdasarkan beberapa penelitian dan data yang tersedia, KUR memiliki potensi sebagai suatu bentuk produk/layanan yang responsif gender bagi UMKM perempuan sebagai berikut.

- Berdasarkan riset yang dilaksanakan oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), KUR mampu mendorong peningkatan omset usaha, jumlah tenaga kerja, kualitas pendidikan dan kesehatan bagi para pelaku UMKM penerima KUR (Ditjen Perbendaharaan, 2022). Artinya, KUR tidak hanya berpotensi mengembangkan usaha debitur, tetapi juga kualitas hidup pelaku UMKM. Kondisi ini selaras dengan karakteristik pelaku usaha perempuan yang menggunakan pendapatannya untuk kebutuhan keluarga.
- KUR juga efektif mengurangi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat serta berperan dalam peningkatan lapangan kerja (Ditjen Perbendaharaan, 2022). Artinya, partisipasi perempuan di bidang ekonomi sebenarnya dapat juga ditingkatkan dengan adanya KUR.
- KUR berada di bawah kontrol Pemerintah sehingga penerapan Strategi Nasional Keuangan Inklusif melalui peningkatan akses layanan lembaga keuangan formal bagi UMKM perempuan akan lebih mudah dilaksanakan dengan hasil yang akurat. Selain itu, implementasi dari DTJK bagi inklusi keuangan dan kemanfaatan lainnya terkait pengembangan UMKM perempuan juga lebih dimungkinkan dengan adanya kebijakan dari Pemerintah.



4

REKOMENDASI KEBIJAKAN





4. Rekomendasi Kebijakan

Berdasarkan tinjauan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, diketahui bahwa peningkatan akses layanan keuangan formal UMKM perempuan merupakan suatu hal yang perlu dilakukan mengingat potensi dampak yang besar dan luas dari partisipasi pelaku usaha perempuan terhadap perekonomian. Oleh karena itu, implementasi SNKI Perempuan, perlu untuk lebih menitikberatkan prioritas pengembangan akses layanan jasa keuangan terhadap UMKM perempuan secara jelas (terstruktur) dan kuat, mengingat peran pengganda UMKM perempuan yang besar terhadap keluarga, komunitas, maupun negara. Upaya ini juga sejalan dengan peningkatan inklusi keuangan UMKM perempuan dan juga mengintegrasikan dengan kerangka layanan keuangan berbasis digital yang saat ini terus berkembang dan berinovasi. Akses UMKM perempuan terhadap layanan jasa keuangan secara formal juga tidak terlepas dari kerangka pengarusutamaan gender dalam lembaga keuangan formal, di mana hal ini terwujud melalui produk atau layanan keuangan formal yang responsif gender.

Terkait dengan produk dan layanan keuangan responsif gender bagi UMKM perempuan, walau sudah terdapat payung pengembangannya secara umum, namun belum terdapat suatu kerangka pengembangan atau pendekatan yang terstruktur sebagai acuan dalam mengembangkan produk dan layanan keuangan responsif gender, yang terukur dan terarah sekaligus sebagai bagian upaya untuk menghasilkan kampiun UMKM perempuan. Pengembangan ini mempertimbangkan instrumen dari sisi pembiayaan dan non-pembiayaan (*beyond credit*), dan yang terpenting pengelolaan dan ketersediaan data terpilah jenis kelamin (DTJK) dari lembaga keuangan formal secara nasional yang kuat dan dapat menjadi dasar analisis dan pembuatan kebijakan yang lebih responsif gender.

Menekankan bahwa kementerian atau lembaga memiliki peran vital sebagai pengampu kepentingan di tingkat penyusunan peraturan (SME Finance Forum, 2022), maka penyusunan suatu jalur pengembangan (*development pathway*) yang terstruktur sebagai penerjemahan upaya peningkatan akses layanan keuangan formal terhadap UMKM perempuan menjadi kritis untuk dilakukan. Hal ini mengingat dan juga menekankan upaya pengembangan produk dan layanan lembaga keuangan yang responsif gender dalam kerangka pengembangan UMKM perempuan dan keuangan inklusif. Upaya-upaya di atas, perlu untuk disatukan dalam sebuah kerangka strategi yang komprehensif dan berisikan tahapan-tahapan rencana aksi, mengingat isu inklusi keuangan bagi UMKM perempuan dalam lembaga keuangan formal, melibatkan banyak faktor dan pemangku kepentingan.

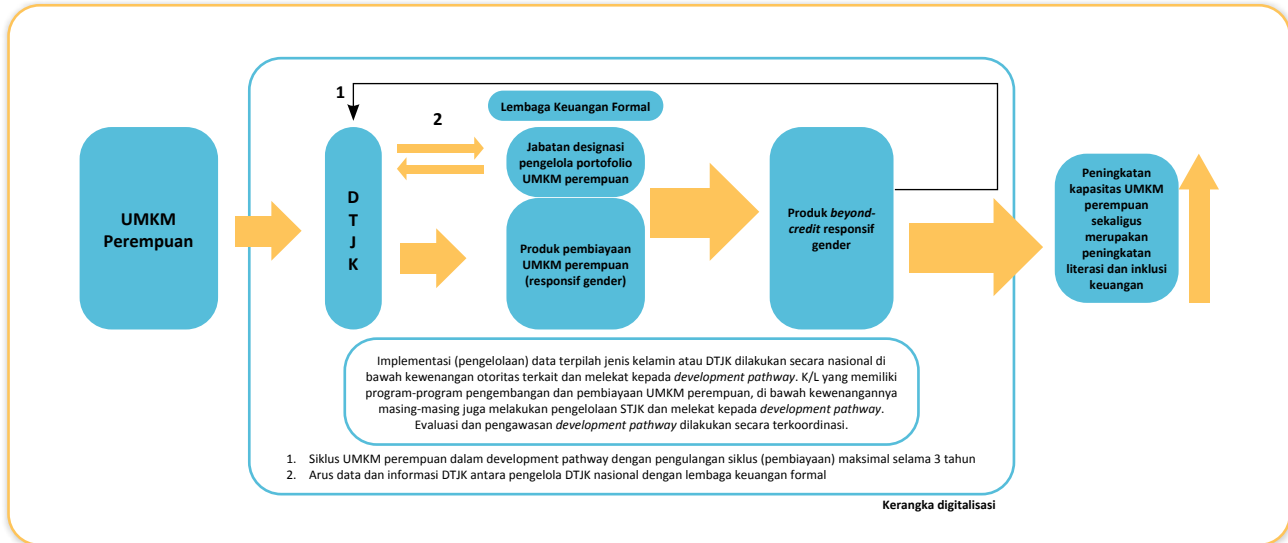
Rekomendasi: Pengembangan *Development Pathway* Produk Layanan Keuangan Responsif Gender

Rekomendasi kebijakan ini merupakan suatu kerangka pengembangan produk dan layanan keuangan responsif gender yang terdiri atas beberapa hal (Gambar 7), namun dapat dilaksanakan secara simultan, yaitu:

1. Pembangunan dan pengembangan kerangka DTJK di tingkat nasional

Sebagai suatu bentuk formalisasi dan memberi kekuatan kebijakan dalam penerapan DTJK, maka diperlukan suatu kerangka peraturan DTJK yang disertai dengan penyematan mandat atau amanat pada lembaga atau otoritas nasional terkait untuk mengembangkan portofolio UMKM perempuan nasional. Implementasi DTJK dapat dilakukan secara berkala dan melalui piloting program UMKM perempuan, baik di sub-sektor industri lembaga keuangan dan juga melalui program pemberdayaan UMKM yang dilakukan melalui kementerian atau lembaga (K/L).

Gambar 7. Kerangka Pengembangan Akses Layanan Jasa Keuangan Formal UMKM Perempuan



Sumber: Kementerian Keuangan (2022), diolah.

2. Eksplorasi lebih jauh dan pengembangan produk pembiayaan responsif gender

Eksplorasi lebih jauh terkait fitur-fitur dan pengembangan produk pembiayaan yang responsif gender terus dilakukan di berbagai jalur diskursus pengembangan akses layanan jasa keuangan responsif gender. Sementara, praktik pengembangannya (dari produk pembiayaan yang responsif gender) dapat diaplikasikan atau disertakan dalam program pembiayaan yang sedang berjalan seperti pada program KUR atau pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh K/L. Dalam pengembangan produk pembiayaan yang responsif gender perlu menekankan aspek fasilitas pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM perempuan dan bukan menjadi produk yang mengharuskan mereka untuk secara tradisi berperan menurut gendernya (Mogelonsky, 2019).

3. Pengembangan produk *beyond-credit* responsif gender

Berbagai produk *beyond-credit* perlu juga untuk diterapkan sesuai dengan kapasitas lembaga jasa keuangan dalam pembiayaan yang dilakukan. Lebih lanjut, produk *beyond-credit*, perlu untuk diidentifikasi, dikembangkan dan diterapkan lebih jauh dan secara luas dari produk *beyond-credit* yang ada (telah dilakukan dan efektif). Dalam hal program K/L, misal program KUR, skema KUR bagi UMKM perempuan dapat diintegrasikan dengan program *beyond-credit* seperti program akselerasi yang mencakup berbagai hal seperti *capacity building*, *networking*, pengenalan asuransi, dan produk/layanan lain yang sesuai dengan karakteristik perempuan. Dalam hal *beyond-credit*, KUR bagi UMKM perempuan tidak dibedakan dalam hal tambahan subsidi bunga, tapi dilakukan *earmarked* dan pelacakan data jumlah pembiayaan berikut produk *beyond-credit* tertentu kepada pelaku UMKM perempuan. *Earmarked* dapat dilakukan bersamaan dengan usulan re-desain KUR.

4. Penerapan kerangka pengembangan digital (digitalisasi) dalam produk pembiayaan yang responsif gender.

Integrasi kerangka pengembangan inovasi dan digitalisasi, termasuk juga dengan proses edukasi dan upaya peningkatan literasinya, dalam kerangka *development pathway* menjadi isu penting dan tidak bisa dihindari. Layanan keuangan digital telah terbukti meningkatkan inklusi keuangan perempuan melalui akses yang lebih mudah dan murah. Lebih jauh, pengembangan *platform* digital juga dibutuhkan untuk membangun identitas digital (*digital identity*), pembayaran, dan sistem data terpadu yang kuat, bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dalam hal ini, perlu inovasi untuk dengan mengoptimalkan modernisasi sistem pelaporan kredit yang lebih terpercaya bagi lembaga keuangan formal (Bank Dunia, 2022). Hal ini akan dapat meningkatkan efisiensi dalam proses dan menghasilkan manfaat yang signifikan bagi sistem keuangan yang inklusif. Digitalisasi dapat diterapkan pada setiap tahapan, mulai dari DTJK, produk pembiayaan, dan terutama aplikasi dan implementasi *beyond-credit* yang responsif gender.

5. Menerapkan kerangka pencapaian kualitas bagi UMKM perempuan di titik minimal sejak bergabung dalam program.

Diperlukan suatu kerangka perbaikan dan peningkatan (evaluasi dan pengawasan) terhadap pencapaian UMKM perempuan yang tergabung dalam *development pathway*. Pencapaian tersebut dihasilkan dari hasil monitoring terhadap indikator-indikator yang telah ditentukan sebelumnya dan menjadi indikator pencapaian dari UMKM perempuan, sebagai acuan peningkatan kualitas UMKM perempuan. Adapun jangka waktu dari kerangka perbaikan dan peningkatan tersebut ditentukan selama tiga tahun—atau dapat dipersingkat melalui program akselerasi—sejak suatu UMKM perempuan bergabung dalam suatu program pembiayaan responsif gender.

Melalui kerangka di atas, lembaga keuangan dapat mengembangkan produk dan layanan keuangan yang responsif gender baik secara langsung maupun melalui lembaga keuangan, yang efektif sekaligus meningkatkan perekonomian dan keuangan inklusi nasional.



DAFTAR PUSTAKA





DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank (ADB). (2022). *Action Plan for Supporting Women MSMEs*. Jakarta: Asian Development Bank.
- Bank Dunia. (2022, Maret). *South Asia's Digital Opportunity: Accelerating growth, Transforming Lives*. <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment/publication/south-asia-s-digital-opportunity-accelerating-growth-transforming-lives>.
- Bank Indonesia. (2019). *Blueprint System Pembayaran Indonesia 2025: Bank Indonesia, Menavigasi Sistem Pembayaran Nasional di Era Digital*. Jakarta: Bank Indonesia
- Bappenas. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024*. Jakarta: Bappenas
- Bappenas. (2022, November 29). *5. Kesetaraan Gender*. <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-5/>.
- BRI Research Institute. (2022, Juli 15). *Riset KUR: FGD Experts*. DKI Jakarta: BRI Research Institute.
- British Business Banks. (2022). *Investing in Women Code Annual Report 2022*. Sheffield: British Business Bank
- Cheston, S. & Kuhn, L. (2002). *Empowering Women through Microfinance*. New York: UNIFEM.
- CNN Indonesia. (2021, Desember 15). *Jokowi Sebut Potensi Pasar Digital RI Capai Rp2.092 T pada 2025*. <https://cnnindonesia.com/ekonomi/20211215132550-532-734355/jokowi-sebut-potensi-pasar-digital-ri-capai-rp2092-t-pada-2025#:~:text=Jakarta%2C%20CNN%20Indonesia%20--,digital%20mulai%20tampak%20sejak%202019>.
- Ditjen Perbendaharaan (Kementerian Keuangan). (2022). *Redesain Kebijakan KUR*. Jakarta: Kementerian Keuangan
- Global Partnership for Financial Inclusion (GFPI). (2022, Januari) *Priority Paper on Financial Inclusion of the Indonesia G20 Presidency*. <https://www.gpfi.org/news/priority-paper-financial-inclusion-indonesia-g20-presidency>
- GIZ (German Agency for International Cooperation), *Women's Financial Inclusion Toolkit: Paving the Way for Women's Economic Empowerment*.
- Holloway, K., Niazi, Z., & Rouse, R. (2017). *Women's Economic Empowerment Through Financial Inclusion: A Review of Existing Evidence and Remaining Knowledge Gaps*. New Haven: Innovation for Policy Action (IPA).
- Huong, L. (2022, February 18). *Banks Stepping up Inclusivity with Female-Based Products*. <https://vir.com.vn/banks-stepping-up-inclusivity-with-female-based-products-91338.html>.
- International Finance Corporation. (2016). *Women-owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions*. Frankfurt: International Finance Corporation
- International Finance Corporation. (2019). *Her Home: Housing Finance for Women*. Washington, D.C.: International Finance Corporation.
- International Bank for Reconstruction and Development. (2017). *Financing for SMEs in Sustainable Global Value Chains*. Washington D.C.: International Bank for Reconstruction and Development.
- Kementerian Keuangan. (2022a). *Kajian Ekosistem Lembaga Pembiayaan UMKM*. Jakarta: Kementerian Keuangan.

- Kementerian Keuangan. (2022b, November 21). *Keuangan Inklusif*. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/informasi-publik/keuangan-inklusif#:~:text=Keuangan%20inklusif%20didefinisikan%20kondisi%20ketika,dalam%20rangka%20meningkatkan%20kesejahteraan%20masyarakat>
- Kementerian Keuangan. (2022c). *Webinar Indonesia G20 Presidency: Apa Peluang UMKM*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022, Oktober 12). *Digitalisasi 4.0 Cara Efisien Tingkatkan Pasar Ekspor UMKM*. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/digitalisasi-4-0-cara-efisien-tingkatkan-pasar-ekspor-umkm/>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021, Oktober 28). *Pemerintah Dorong UMKM Perempuan Maksimalkan Potensi Melalui Digitalisasi dan Sertifikasi Halal*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3408/pemerintah-dorong-umkm-perempuan-maksimalkan-potensi-melalui-digitalisasi-dan-sertifikasi-halal>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022) *Penyaluran KUR Meningkat dengan NPL Terkendali*. Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2021) *Desain Produk dan Layanan Keuangan Responsif Gender untuk Meningkatkan Akses Perempuan Terhadap Layanan Keuangan Formal*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2021) *Keputusan Deputi Indonesia Bidang No. 5/2021: Rencana Strategis Deputi Bidang Kesetaraan Gender 2020-2024*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2021, Oktober 27)—*KemenPPPA--Kesetaraan Inklusi Keuangan Untuk Perempuan, Bangkitkan Ekonomi Bangsa*. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3483/kemen-pppa-kesetaraan-inklusi-keuangan-untuk-perempuan-bangkitkan-ekonomi-bangsa>.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2022). *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Kewirausahaan Berperspektif Gender*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Krosnick, J. A., & Presser, S. (2010). Question and Questionnaire Design. In P. V. Marsden, & J. D. Wright, *Handbook of Survey Research, Second Edition*, pp. 263-315.
- Mahastanti, L. A., & Nugrahanti, Y. W. (2013). Bias Gender dalam Akses Kredit Perbankan (Studi Pengusaha Mikro dan Menengah di Salatiga). *MODUS Vol.25 (2)*, pp. 139-151.
- Mawesti, Afrina, Lauranti, Zunivar. (2018). *Inklusi Keuangan bagi Perempuan: Akses dan Pemanfaatan Kredit Usaha Rakyat*. <https://repository.theprakarsa.org/media/publications/313817-akses-dan-pemanfaatan-kredit-usaha-rakya-e52e9c8e.pdf>
- Mogelonsky, M. (2019). It's Time to Look Beyond 'Gendered' Food and Drink :Consumer are Looking for Products that Meet Their Needs, not Products that Force Them into Traditional Gender. *Mintel Blog*. <https://www.mintel.com/blog/consumer-market-news/its-time-to-look-beyond-gendered-food-and-drink>
- Naidoo, K. & Loots, C. (2021). *Financial Inclusion in Selected ASEAN Countries*. New York: UNCDF

- NatWest. (2021). *NatWest doubles Female Entrepreneurship Funding to £2bn*. <https://www.natwest-group.com/news-and-insights/news-room/press-releases/diversity-equity-and-inclusion/2021/jan/natwest-doubles-female-entrepreneurship-funding-to-2bn.html>
- NatWest. (2021). *The Alison Rose Review of Female Entrepreneurship*. London: NatWest.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK, (2022). *Peran OJK dalam Peningkatan Akses Keuangan bagi Perempuan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan
- Panda, S. (2018). Constraints Faced by Women Entrepreneurs in Developing Countries: Review and Ranking. *Gender in Management Vol. 33 No. 4*, pp. 315-331.
- Republika.co.id. (2022, Februari 04). *OJK Dorong Program Pembiayaan Bagi UMKM yang Lebih Masif*. <https://republika.co.id/berita/r6s1ad380/ojk-dorong-program-pembiayaan-bagi-umkm-yang-lebih-masif>.
- Salman, A. & Nowacka, K. (2020). Sustainable Development Working Paper Series: Innovative Financial Products and Services for Women in Asia and The Pacific. *ADB Sustainable Development Working Paper Series No. 67*. Manila: Asian Development Bank
- Sawitri, A. A. (2017, April). *OJK: Literasi Keuangan Perempuan Lebih Rendah Ketimbang Laki-Laki*. Tempo. <https://bisnis.tempo.co/read/868231/ojk-literasi-keuangan-perempuan-lebih-rendah-ke-timbang-laki-laki>.
- Sivalingam, I. (2022). *Empowering Small and Micro Merchants through Digitization*. Jakarta: Better than Cash Alliance.
- SME Finance Forum. (2022). *Database: Digital and Innovative Financial Products and Services for MS-MEs Beyond Credit*. Washington DC: International Finance Corporation.
- Shinozaki, S. (2019). *Financing MSMEs: Structural Issues and Policy Implications in Asia*. https://www.unescap.org/sites/default/files/2019.01.31%20ESCAP%20MSME%20Finance%20Workshop_Session%202_ADB%20Shinozaki.pdf
- Siegrist, F. (2022). *Supporting Women Entrepreneurs in Developing Countries: What works? a Review of the Evidence Base & We-fi's Theory of Change*. We-Fi.
- Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI). (2020) *SNKI Perempuan, Solusi Pemulihan Keuangan Perempuan Pasca Pandemi*. <https://snki.go.id/snki-perempuan-solusi-pemulihan-keuangan-perempuan-pasca-pandemi/>
- Sultana, A. (2011). Patriarchy and Women's Subordination: A Theoretical Analysis. *The Arts Faculty Journal*, pp.1-18.
- Tambunan, T. (2015). Financial Inclusion, Financial Education, and Financial Regulation: A Story from Indonesia. *ADB Working Paper Series, No. 535*. Tokyo: Asian Development Bank Institute.
- United Nations Development Programme (UNDP) and United Nations Children's Fund (UNICEF). (2021). *Addressing Gender Barriers to Entrepreneurship and Leadership Among Girls and Young Women in South-East Asia*. Bangkok: UNDP.
- UNDP. (2002). *Assessment of Development Results: Framework and Guidance*. New York: UNDP.

- Unnikrishnan, S., & Blair, C. (2019, Juli 30). *Want to Boost the Global Economy by \$5 Trillion? Support Women as Entrepreneurs*. <https://www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs>
- UN Women. (2015). *Beijing Declaration and Platform for Action, Beijing +5 Political Declaration and Outcome*. New York: UNWomen.
- UN Women. (2021). *United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN-Women)*. New York: UNWomen.
- Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi). (2021) *Annual Report: Pivoting toward a Resilient Future*. Washington D. C.: World Bank Group
- Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi). (2022). *Unlocking the Potential of Women Entrepreneurs in Developing Economies*. <https://we-fi.org/>
- Women's Financial Inclusion Data (WFID) Partnership. (2022). *Towards Women's Financial Inclusion: A Gender Data Diagnostic of Turkey*. Washington D. C.: data2x0.
- Women's World Banking. (2018) *How to Create Financial Product that Win with Women*. <https://www.womensworldbanking.org/insights-and-impact/how-to-create-financial-products-that-win-with-women/>
- Women's World Banking. (2022, Maret 1). *Beyond Credit: How to Support Women-Owned MSMEs for Sustainable Growth*. <https://www.smefinanceforum.org/post/beyond-credit-how-to-support-women-owned-msmes-for-sustainable-growth>.

LAPORAN ANALISIS

UPAYA PENINGKATKAN AKSES PEREMPUAN
TERHADAP LAYANAN KEUANGAN FORMAL



Gedung Radius Prawiro

Lt.6, Jl. Dr. Wahidin Raya No.1

Jakarta Pusat

Telp : (+6221) 34833208 / 34833207 (7453)

Email : sektor.keuanganbkf@gmail.com