

TEKNOLOGI KEUANGAN

PENULIS :

**Endra Saputra, Muhammad Rizki, Fajrillah, Budi Harto,
Rusydi Fauzan, Arief Yanto Rukmana, Endro Supriyanto,
Susilo Setiyawan, Catur Fatchu Ukhriyawati,
Johni S Pasaribu, Lucky Nugroho**

TEKNOLOGI KEUANGAN

**Endra Saputra
Muhammad Rizki
Fajrillah
Budi Harto
Rusydi Fauzan
Arief Yanto Rukmana
Endro Supriyanto
Susilo Setiyawan
Catur Fatchu Ukhriyawati
Johni S Pasaribu
Lucky Nugroho**



PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

TEKNOLOGI KEUANGAN

Penulis :

Endra Saputra
Muhammad Rizki
Fajrillah
Budi Harto
Rusydi Fauzan
Arief Yanto Rukmana
Endro Supriyanto
Susilo Setiyawan
Catur Fatchu Ukhriyawati
Johni S Pasaribu
Lucky Nugroho

ISBN : 978-623-198-421-0

Editor : Diana Purnama Sari, M.E.

Mila Sari, M.Si.

Penyunting: Yuliatr Novita, M.Hum.

Desain Sampul dan Tata Letak : Tri Putri Wahyuni, S.Pd.

Penerbit : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tengah
Padang Sumatera Barat
Website : www.globaleksekutifteknologi.co.id
Email : globaleksekutifteknologi@gmail.com

Cetakan pertama, Juni 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahNya, maka Penulisan Buku dengan judul Teknologi Keuangan dapat diselesaikan dengan kerjasama tim penulis. Buku ini dapat membantu dosen dan mahasiswa dalam mempelajari tentang Teknologi Keuangan. Buku ini membahas tentang otoritas jasa keuangan (OJK) dan pengawasan mikroprudensial, perbankan, *overview of financial services, financial services dan financial technology, reshaping financial services, crowdfunding* dan *peer to peer lending*, market aggregator, manajemen risiko dan investasi, pembayaran, pelunasan dan kliring, cryptocurrency, usaha mikro, kecil dan menengah dan teknologi keuangan.

Buku ini masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini selanjutnya. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Buku ini. Semoga Buku ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur yang mudah dipahami.

Padang, Juni 2023
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB 1 OTORITAS JASA KEUANGAN (OJK) DAN PENGAWASAN	
MIKROPRUDENSIAL	1
1.1 Sejarah berdirinya Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	1
1.1.1 Peralihan Pengaturan dan Pengawasan Industri Jasa Keuangan	1
1.1.2 Latar Belakang berdirinya OJK	2
1.2 Tujuan, Fungsi, Tugas dan Wewenang OJK	3
1.2.1 Tujuan dibentuknya OJK	3
1.2.2 Fungsi, Tugas dan Wewenang OJK	3
1.2.3 Struktur Organisasi	5
1.2.4 Pengawasan Sistem Keuangan di Indonesia	6
1.3 Pengawasan Makroprudensial dan Mikroprudensial OJK	7
1.4 Pengawasan Mikroprudensial OJK	8
1.4.1 Profil singkat Lembaga Pengawasan Jasa Keuangan di Indonesia	8
1.4.2 Pentingnya Pengawasan Mikroprudensial di Indonesia	9
1.4.3 Aspek-aspek Pengawasan Mikroprudensial	9
1.4.4 Pengawasan Terintegrasi	10
DAFTAR PUSTAKA	12
BAB 2 PERBANKAN	13
2.1 Pengertian Bank	13
2.2 Peran Perbankan	14
2.3 Jenis Bank	16
2.3.1 Berdasarkan Fungsi	16
2.3.2 Berdasarkan Kepemilikan	16
2.3.3 Berdasarkan Status	16
2.3.4 Berdasarkan Kegiatan Operasional	16
2.4 Kegiatan Usaha Bank	17
2.4.1 Kegiatan Menghimpun Dana (<i>Funding</i>)	17
2.4.2 Kegiatan Menyalurkan Dana (<i>Lending</i>)	18
2.4.3 Kegiatan Memberikan Layanan Perbankan (<i>Services</i>)	19
2.5 Bank Digital	21
DAFTAR PUSTAKA	23
BAB 3 OVERVIEW OF FINANCIAL SERVICES	25
3.1 Pendahuluan	25
3.2 Industri Layanan Keuangan	28
3.2.1 Layanan Teknologi dan Keuangan	30

3.2.2 Regulasi dan Pengawasan	31
3.3 Masa Depan Layanan Keuangan di Internet	32
DAFTAR PUSTAKA	36
BAB 4 FINANCIAL SERVICES DAN FINANCIAL TECHNOLOGY	37
4.1 Pendahuluan	37
4.2 Pengertian Financial Services dan Financial Technology	38
4.3 Layanan Keuangan Tradisional	39
4.4 Perkembangan Financial Services dan Financial Technology	40
4.5 Tantangan dalam Layanan Financial Services dan Financial Technology	41
4.6 Keuntungan Financial Services dan Fintech	42
4.7 Peran Financial Services dan Fintech dalam Perekonomian	43
4.8 Inovasi dalam Financial Services dan Fintech	44
4.9 Perbandingan antara Layanan Tradisional dan Fintech	46
4.10 Hubungan antara Financial Services dan Fintech dengan Industri Lain	47
4.11 Potensi Pengembangan Financial Services dan Fintech di Indonesia	48
DAFTAR PUSTAKA	50
BAB 5 RESHAPING FINANCIAL SERVICES	55
5.1 Pendahuluan	55
5.2 Apa itu Reshaping Financial Service	56
5.3 Tujuan Reshaping Financial Service	58
5.4 Manfaat Reshaping Financial Service	65
5.5 Faktor yang Mempengaruhi <i>Reshaping Financial Service</i>	73
5.6 Langkah-langkah dalam <i>Reshaping Financial Service</i>	79
5.7 Strategi atau Metode Untuk Memaksimalkan <i>Reshaping Financial Service</i>	84
5.8 Tren dan Peluang Reshaping Financial Service di Masa Depan	91
5.9 Penutup	100
DAFTAR PUSTAKA	102
BAB 6 CROWDFUNDING DAN PEER TO PEER LENDING	107
6.1 Pendahuluan	107
6.2 Crowdfunding dan Peer to Peer Lending	108
6.2.1 Ruang Lingkup dan Keuntungan Crowdfunding	108
6.2.2 Ruang Lingkup dan Keuntungan Peer-to-Peer Lending	109
6.3 Case Study Perusahaan Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending yang Berhasil	110
6.3.1 Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending Luar Negeri	110
6.3.2 <i>Crowdfunding</i> dan <i>Peer-to-Peer Lending</i> di Indonesia	111
6.4 Crowdfunding	112
6.4.1 Crowdfunding Berbasis Donasi	112
6.4.2 Crowdfunding Berbasis Hadiah	113

6.4.3 Crowdfunding Berbasis Pinjaman.....	115
6.7 Prospek Masa Depan.....	126
6.7.1 Masa Depan Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending.....	126
6.7.2 Potensi Inovasi Model Pembiayaan di Masa Depan.....	128
6.7.3 Dampak Pada Sistem Keuangan dan Perbankan Tradisional.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	132
BAB 7 MARKET AGGREGATOR.....	137
7.1 Perkembangan Fintech di Indonesia.....	137
7.2 Pengertian Market Aggregator.....	139
7.3 Jenis-Jenis Market Aggregator.....	141
7.4 Perkembangan Market Aggregator Di Indonesia.....	143
7.5 Manfaat Market Aggregator Bagi Konsumen.....	144
7.6 Manfaat Market Aggregator Bagi Pelaku Bisnis.....	146
7.7 Kekurangan Market Aggregator Dan Pengawasan Oleh Pemerintah.....	148
DAFTAR PUSTAKA.....	151
BAB 8 MANAJEMEN RISIKO DAN INVESTASI.....	153
8.2 Konsep Manajemen, Risiko Dan Investasi.....	157
8.2.1 Konsep Manajemen.....	157
8.2.2 Konsep Risiko.....	158
8.2.3 Konsep Manajemen Risiko.....	164
8.2.4 Konsep Investasi.....	171
8.3 Strategi Manajemen Risiko Investasi.....	173
Cara Meminimalisir Risiko Investasi.....	180
DAFTAR PUSTAKA.....	181
BAB 9 PEMBAYARAN, PELUNASAN DAN KLIRING.....	183
9.1 Pembayaran (<i>Payment</i>).....	183
9.1.1 Sistem Pembayaran.....	183
9.1.2 Sistem Pembayaran Internasional.....	187
9.1.3 Sistem Pembayaran Indonesia.....	188
9.1.4 QR Code Indonesia Standard (QRIS).....	189
9.1.5 Gerbang Pembayaran Nasional (GPN).....	193
9.2 Penyelesaian (<i>Settlement</i>).....	194
9.2.1 Bank Indonesia <i>Real Time Gross Settlement</i> (BI-RTGS).....	195
9.2.2 BI-Scripless Securities Settlement System (BI-SSSS).....	199
9.3 Kliring (<i>Clearing</i>).....	201
DAFTAR PUSTAKA.....	205
BAB 10 CRYPTOCURRENCY.....	207
10.1 Pendahuluan.....	207
10.2 Definisi cryptocurrency dan blockchain.....	209
10.2.1 Arti cryptocurrency.....	210
10.2.2 Arti blockchain.....	211

10.3 Cara kerja cryptocurrency	212
10.4 Manfaat dan kerugian cryptocurrency	214
10.4.1 Manfaat cryptocurrency	214
10.4.2 Kerugian cryptocurrency	215
10.5 Jenis-jenis cryptocurrency	216
10.6 Perusahaan-perusahaan pengguna cryptocurrency	218
DAFTAR PUSTAKA	220
BAB 11 USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DAN TEKNOLOGI	
KEUANGAN	223
11.1 Pendahuluan	223
11.2 Peran Teknologi Keuangan dalam Mendukung Perdagangan Digital	226
11.3 Manfaat dari Teknologi Keuangan Bagi Transaksi Bisnis UMKM	228
11.4 Penutup	230
DAFTAR PUSTAKA	231
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Struktur Organisasi OJK	5
Gambar 8.1. Kategorisasi Risiko	159
Gambar 9.1. Evolusi Sistem Pembayaran.....	185
Gambar 9.2. Blueprint Sistem Pembayaran 2025.....	186
Gambar 9.3. Merchant Presented Mode (MPM) Statis	191
Gambar 9.4. Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis	192
Gambar 9.5. Customer Presented Mode (CPM).....	192
Gambar 10.1 Contoh diagram Venn	213
Gambar 11.1. Penggunaan Teknologi Digital Dalam Menjangkau Masyarakat atau Konsumen Untuk Menjual dan Memasarkan Produk dan Layanan UMKM pada Beberapa Sektor (Dalam %)	225

DAFTAR TABEL

Tabel 8.1. Contoh Risiko Murni Dan Spekulatif.....	161
Tabel 8.2. Model Matrix Pengukuran Risiko	169
Tabel 9.1. Jadwal Operasional BI-RTGS (WIB)	197
Tabel 9.2. Biaya dalam Penggunaan Sistem BI-RTGS	198
Tabel 9.3. Biaya dalam Penggunaan Layanan SKNBI	202
Tabel 9.4. Jadwal Operasional Layanan SKNBI	202

BAB 1

OTORITAS JASA KEUANGAN (OJK) DAN PENGAWASAN MIKROPRUDENSIAL

Oleh Endra Saputra

1.1 Sejarah berdirinya Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

1.1.1 Peralihan Pengaturan dan Pengawasan Industri Jasa Keuangan

Di Indonesia, syarat pembentukan lembaga pengawasan sektor jasa keuangan yang baru dan independen yang dibentuk berdasarkan peraturan yang berlaku (*Undang-Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia*). Implementasi dari peraturan tersebut, dibentuklah sebuah lembaga dengan nama Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan terbentuknya OJK, aturan pelaksanaan kegiatan sektor jasa keuangan di Indonesia mengalami perubahan. Mulai 31 Desember 2012, pengawasan dan pengaturan aktivitas keuangan lembaga non-bank dan bursa efek dari otoritas yang ditunjuk pemerintah yaitu BAPEPAMLK, pelaksanaanya beralih ke OJK. Kemudian, OJK juga mengambil alih pengaturan dan pengawasan kegiatan perbankan sejak 31 Desember 2013. Selanjutnya, OJK akan melakukan kegiatan pengawasan dan pengaturan Lembaga Keuangan Mikro berdasarkan peraturan yang berlaku (*Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro*).

1.1.2 Latar Belakang berdirinya OJK

a. Konglomerasi Bisnis

Berdirinya OJK diharapkan dapat melakukan tindakan pengawasan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai akibat timbulnya konglomerasi bisnis di sektor jasa keuangan. Pencegahan ini bertujuan agar tidak muncul masalah baru mengingat setiap otoritas memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda.

b. Integrasi Produk dan Jasa Keuangan

Supermarket keuangan merupakan istilah yang muncul akibat dinamika yang muncul dari trend produk jasa keuangan saat ini. Akibat dari dinamika tersebut, kegiatan pemasaran produk bank dilakukan oleh sektor jasa keuangan non bank, sehingga bank tidak melakukan aktivitas pemasaran produk sesuai dengan fungsi bank tersebut.

c. Hybrid Products

Kehadiran Hybrid products, mengharuskan setiap lembaga atau otoritas pengawasan untuk saling berkoordinasi apabila pelaksanaan sistem pengawasan dilakukan oleh lembaga atau otoritas yang berbeda. Dengan adanya otoritas resmi selain memudahkan pengawasan hybrid products, melainkan dapat mendorong sektor jasa keuangan sehingga masyarakat memperoleh produk dan jasa keuangan sesuai perkembangan dan inovasi yang dilakukan.

d. Arbitrase Peraturan

Permasalahan arbitrase tentunya tidak dapat dihindari seiring hadirnya OJK. Kehadiran otoritas ini tentunya dapat meminimalisir terjadinya tumpang tindih peraturan di sektor jasa keuangan sehingga situasi ini dapat menguntungkan sektor jasa keuangan di Indonesia.

e. Koordinasi Lintas Sektoral

Keberadaaa Kementerian Keuangan dan koleganya bersama dengan OJK diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan di sektor jasa keuangan melalui koordinasi

lintas sektoral. Kemudahan koordinasi dilakukan jika terjadi potensi krisis keuangan yang sistemik.

f. Perlindungan Konsumen

Sebelum berdirinya OJK, masyarakat sebagai konsumen produk dan jasa keuangan belum terlindungi secara baik. Kehadiran OJK diharapkan dapat memberikan perlindungan kepada konsumen produk dan jasa keuangan baik bersifat sektoral ataupun kelembagaan. (Otoritas Jasa Keuangan, 2013).

1.2 Tujuan, Fungsi, Tugas dan Wewenang OJK

1.2.1 Tujuan dibentuknya OJK

Menurut peraturan yang ada, tujuan OJK dibentuk adalah menyelenggarakan aktivitas jasa keuangan secara transparan, akuntabel, adil dan teratur, serta dapat merealisasikan sistem financial dengan stabil dan berkesinambungan, dan dapat melindungi hak konsumen (Undang-Undang Nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan). Dengan berdirinya OJK, diharapkan dapat menambah peningkatan daya saing sektor jasa keuangan khususnya dan mendukung perekonomian nasional secara umum.

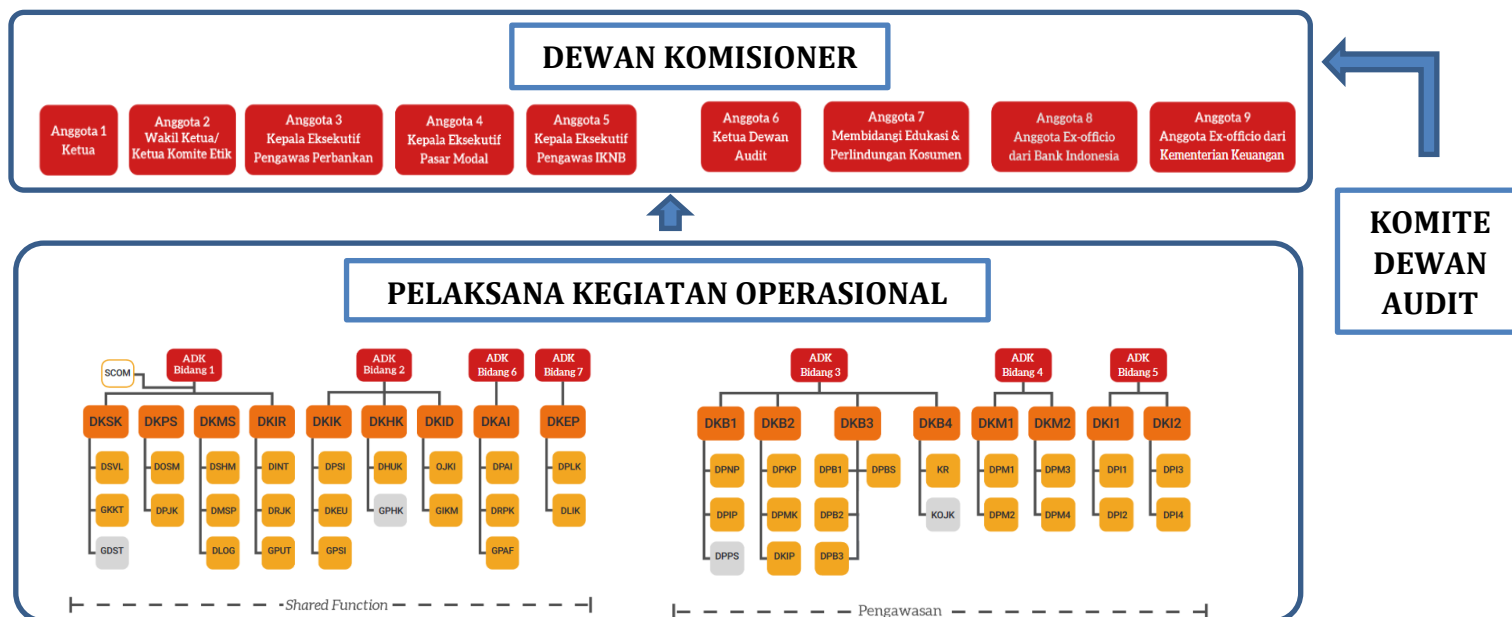
1.2.2 Fungsi, Tugas dan Wewenang OJK

Berdasarkan peraturan yang berlaku, OJK memiliki wewenang yaitu:

- a. Pasal 7 menjelaskan bahwa OJK melakukan kegiatan pengawasan dan pengaturan tentang:
 1. kelembagaan bank, seperti pendirian dan pencabutan izin bank
 2. kesehatan bank, seperti rasio kecukupan modal minimum, standar akuntansi bank dan lainnya;
 3. kehati-hatian bank, seperti manajemen resiko, anti pencucian uang dan lainnya.
 4. pemeriksaan bank

- b. Pasal 8 menjelaskan bahwa salah satu wewenang OJK yaitu menetapkan peraturan pelaksanaan UU OJK.
- c. Pasal 9 menjelaskan bahwa OJK memiliki wewenang dalam penetapan kebijakan operasional pengawasan atas aktivitas jasa keuangan sesuai peraturan yang berlaku.

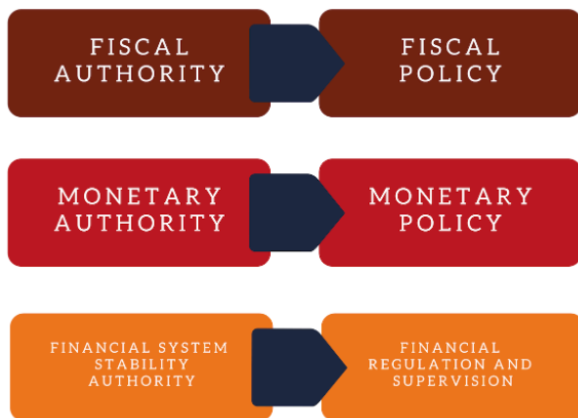
1.2.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.1. Struktur Organisasi OJK. (Sumber: (OJK, 2019) Pengawasan Sistem Keuangan

1.1.1 Pengawasan Sistem Keuangan secara Umum

Pada umumnya, setiap Negara memiliki fungsi dan tugas dalam pengawasan sistem keuangan. Adapun pengawasan sistem keuangan sebuah negara memiliki tiga pilar yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.2. Tiga Pilar Pengawasan Sistem Keuangan

Sumber: (OJK, 2019)

Penjelasan Gambar 1.2:

1. Kementerian Keuangan mempunyai keutamaan dalam membuat kebijakan di bidang fiskal (pajak) beserta pengaturannya.
2. Tugas Bank Indonesia membuat kebijakan moneter seperti inflasi dan nilai tukar rupiah.
3. Otoritas stabilitas sistem keuangan bertugas melakukan pengaturan dan pengawasan makroprudensial dan mikroprudensial terhadap lembaga jasa keuangan (OJK, 2019).

1.2.4 Pengawasan Sistem Keuangan di Indonesia

Secara praktik, Indonesia memiliki pengawasan sistem keuangan yang tidak jauh berbeda dengan Negara lain. Untuk menjaga stabilitas keuangan, Kementerian Keuangan RI sebagai otoritas fiskal di Indonesia memiliki tugas dan wewenang dalam

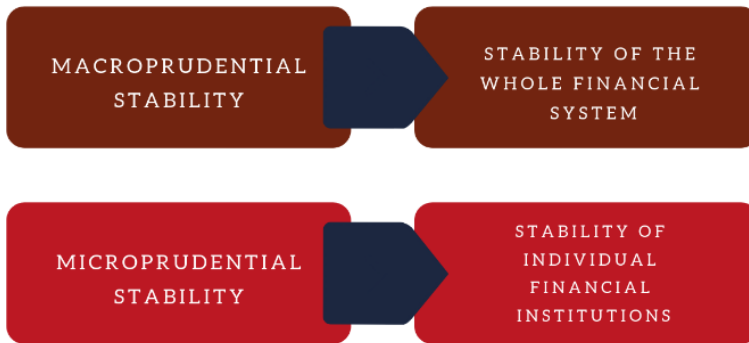
membuat kebijakan fiskal di Indonesia. Bank sentral memiliki tugas pokok dalam menjaga stabilitas keuangan yang memiliki pengaruh terhadap kinerja sektor keuangan yang ada di Indonesia.



Gambar 2.3. Pengawasan Sistem Keuangan di Indonesia
Sumber: (OJK, 2019)

1.3 Pengawasan Makroprudensial dan Mikroprudensial OJK

Secara praktik, baik pengawasan makroprudensial dan pengawasan mikroprudensial merupakan hal yang berbeda walaupun objek pengawasannya tetap sama yaitu lembaga jasa keuangan. Adanya perbedaan kebutuhan informasi dari beberapa otoritas pengawasan sehingga setiap otoritas memiliki pendekatan teknik dan strategi pengawasan yang berbeda dengan tujuan memperoleh informasi kinerja keuangan.



Gambar 1.4. Makroprudensial dan Mikroprudensial
Sumber: (OJK, 2019)

Penjelasan gambar:

1. Makroprudensial, menitikberatkan pada:
 - a. Pengawasan tidak dilakukan secara individu tetapi agregat;
 - b. Pengawasan berdasarkan variable makro ekonomi;
2. Mikroprudensial, menitikberatkan pada:
 - a. Pengawasan secara individu termasuk konglomerasinya apakah sehat, stabil dan memiliki kinerja yang bagus;
 - b. Pengawasan dilakukan untuk kelangsungan usaha lembaga sektor keuangan secara sistematis dan terus menerus.

1.4 Pengawasan Mikroprudensial OJK

1.4.1 Profil singkat Lembaga Pengawasan Jasa Keuangan di Indonesia

Sebelum berdirinya OJK, sistem keuangan di Indonesia diawasi oleh Bank Indonesia dan mitranya. Wewenang pemberian izin pembukaan bank dimiliki oleh kementerian keuangan atas pertimbangan dari Bank Indonesia (UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan). Selanjutnya, di peraturan yang

lain menjelaskan bahwa Bapepam merupakan badan yang bertanggungjawab langsung di bawah Kementerian Keuangan. Sesuai peraturan tersebut, Bapepam memiliki tugas yaitu (Keppres No. 52 Tahun 1976 tentang Pasar Modal):

1. Melakukan evaluasi terkait persyaratan penjualan saham melalui bursa efek terhadap semua entitas;
2. Efektifitas dan efisiensi pelaksanaan kegiatan bursa efek;
3. Melakukan monitoring secara kontiniu terhadap entitas yang menjual sahamnya melalui bursa efek.

1.4.2 Pentingnya Pengawasan Mikroprudensial di Indonesia

Untuk mengawasi tingkat kesehatan dan melindungi hak konsumen dari setiap lembaga jasa keuangan, diperlukan pengawasan mikroprudensial. Karena itu, fungsi OJK dalam pengawasan mikroprudensial di sektor jasa keuangan yaitu:

- 1) Pengaturan;
- 2) Pengawasan; dan
- 3) Perlindungan konsumen.

1.4.3 Aspek-aspek Pengawasan Mikroprudensial

Adapun tugas dan wewenang pengawasan OJK terhadap bursa efek dan industri keuangan NonBank, diatur dalam peraturan terpisah. Dalam peraturan tersebut, Bapepam memiliki kewenangan untuk:

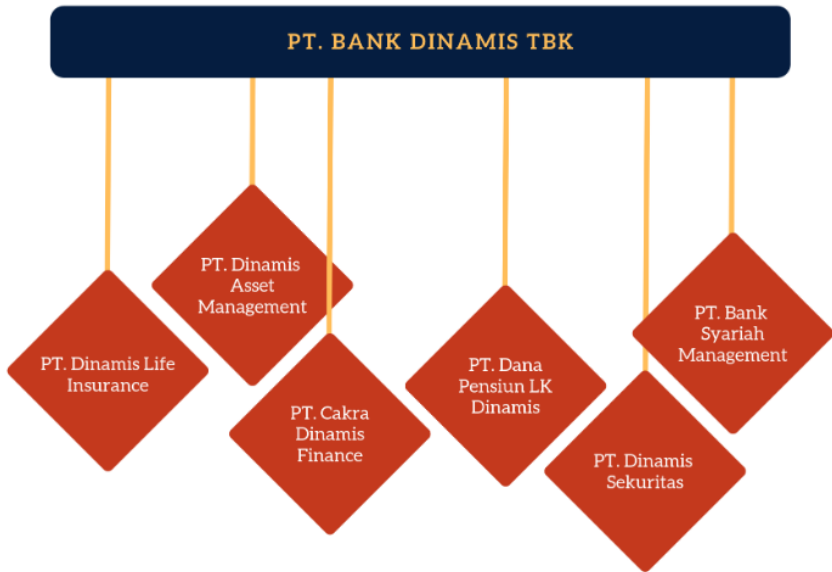
1. Pemberian izin seperti kegiatan Reksa Dana, kegiatan perseorangan dan pengesahan Bank Kustodian;
2. Mewajibkan registrasi pihak terkait pasar modal;
3. Menetapkan tata cara dan persyaratan dan penghentian sementara waktu direktur/komisaris;
4. Melakukan penetapan tata cara dan persyaratan Pernyataan Pendaftaran;
5. Melakukan penyidikan/pemeriksaan terhadap semua Pihak jika terjadi peristiwa yang diduga merupakan pelanggaran terhadap UU ini atau peraturan pelaksanaannya;
6. Menyampaikan kepada semua pihak untuk:

- a. Memperbaiki, menghentikan iklan terkait kegiatan di Pasar Modal;
- b. Mengambil tindakan untuk mengatasi akibat dari kegiatan pada point a diatas;
7. Melaksanakan audit terhadap:
 - a. perusahaan publik dan emiten dalam penyampaian Pernyataan Pendaftaran kepada Bapepam;
 - b. Pihak lain sesuai dengan peraturan yang berlaku;
8. Memberikan tugas kepada Pihak lain dalam melaksanakan audit tertentu sesuai wewenang yang diberikan;
9. Mengumumkan hasil audit;
10. Menghentikan Transaksi Pasar Modal untuk saham tertentu untuk melindungi kepentingan pemodal dalam jangka waktu tertentu;
11. Dalam keadaan darurat menghentikan kegiatan pasar modal untuk waktu tertentu;
12. Memeriksa keberatan dari Pihak yang terkena sanksi dari bursa efek serta memberikan keputusan terkait sanksi dimaksud;
13. Menetapkan cost yang timbul dari aktivitas Pasar Modal;
14. Melakukan tindakan pencegahan kerugian bagi masyarakat akibat pelanggaran peraturan di Pasar Modal;
15. Memberikan penjelasan atas UU atau peraturan pelaksanaan yang bersifat teknis;
16. Menetapkan instrumen lain;
17. Melakukan aktivitas lain sesuai ketentuan yang berlaku.

1.4.4 Pengawasan Terintegrasi

Menurut peraturan yang berlaku, dijelaskan bahwa OJK memiliki wewenang dalam hal pengawasan dan pengaturan terintegrasi. Pengawasan terintegrasi yang dimaksud adalah model pengawasan terhadap entitas jasa keuangan dan entitas anak dari entitas keuangan dimaksud, hal ini terlihat pada Gambar 1.5. Untuk pelaksanaannya, dilakukan menyeluruh meliputi kinerja dari entitas induk dan entitas anak dari lembaga jasa keuangan tersebut. Selanjutnya, OJK akan melakukan tugas

dan fungsinya meliputi pengawasan terhadap perbankan dan pasar modal, serta IKNB. Berdasarkan bagan dibawah ini, diharapkan pengawasan terhadap induk dan anak perusahaan lembaga jasa keuangan dapat dilakukan secara komprehensif, bersama-sama dan terkonsolidasi.



Gambar 1.4. Ilustrasi Konglomerasi Keuangan
Sumber: (OJK, 2019)

OJK perlu melakukan Pengawasan terintegrasi sehingga lembaga jasa keuangan tersebut perlu menyesuaikan dengan kondisi tersebut sehingga memastikan bahwa seluruh otoritas atau entitas jasa keuangan diawasi dengan baik, tanpa ketentuan yang tumpang tindih.

DAFTAR PUSTAKA

Keppres No. 52 Tahun 1976 tentang Pasar Modal.

OJK (2019) *Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Pengawasan Mikroprudensial*. Jakarta. Available at: [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/LiterasiPerguruanTinggi/assets/pdf/Buku_1_-_OJK_dan_Pengawasan Mikroprudensial.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/LiterasiPerguruanTinggi/assets/pdf/Buku_1_-_OJK_dan_Pengawasan_Mikroprudensial.pdf).

Otoritas Jasa Keuangan (2013) 'Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan'.

Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro.

Undang-Undang Nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia.

UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

BAB 2

PERBANKAN

Oleh Muhammad Rizki

2.1 Pengertian Bank

Kata bank sesungguhnya memang tak asing didengar telinga. Bank sangat erat kaitannya dengan tempat berbagai transaksi keuangan dilakukan seperti, menyimpan uang, mengirim uang, dan pembayaran tagihan. Dalam kondisi modern sekarang ini, segala aktivitas keuangan seperti sudah tak akan bisa lepas dari perbankan. Perbankan merupakan satu dari berbagai industri keuangan yang dibuat untuk menjadi bagian dalam sistem keuangan bersama dengan asuransi, pasar modal, dan lain sebagainya.

Dalam sejarah bank, kegiatan bank dimulai dengan layanan jasa penukaran uang sehingga bank diketahui orang sebagai meja tempat pertukaran uang (Muktar, Rahmidani dan Siwi, 2016). Arti bank sendiri menurut UU tentang Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun uang yang berasal dari masyarakat menjadi bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat melalui kredit dan/atau sarana lain untuk dalam rangka mengangkat taraf hidup masyarakat. Menurut G.M. Verryin Stuart, bank adalah suatu yang mempunyai tujuan untuk memberikan kredit, baik melalui alat-alat pembayarannya sendiri, atau melalui uang yang diperoleh dari orang lain, maupun melalui cara dengan mengedarkan alat-alat baru berupa uang giral (Anwar, 2022). Berdasarkan pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun

dan menyalurkan uang dalam rangka mengangkat taraf hidup masyarakat.

2.2 Peran Perbankan

Sistem keuangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Bank ialah salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting bank dalam sistem keuangan adalah bank berfungsi untuk melakukan alokasi dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana kepada yang kekurangan dana. Ketika sistem keuangan terguncang dan tidak efisien, alokasi dana tak akan bisa berjalan baik dan bisa menghambat pertumbuhan ekonomi. Pengalaman krisis 1998 memperlihatkan bahwa sistem keuangan yang tak stabil akan membutuhkan biaya yang sangat tinggi untuk menyelamatkannya.

Perbankan Indonesia mempunyai pengaruh terbesar untuk mendukung stabilitas sistem keuangan, karena sebagian besar masyarakat dan perusahaan non keuangan tetap melakukan penyimpanan kelebihan uangnya di bank seperti berbentuk tabungan, giro, dan deposito. Demikian juga sebaliknya, masyarakat dan perusahaan tetap mengandalkan pinjaman bank menjadi sumber pembiayaannya dibandingkan dengan melakukan penerbitan saham, atau obligasi. Hal tersebut menjadi alasan bahwa perbankan di Indonesia tetap merupakan jangkar dari sistem keuangan.

Selain perannya di sistem keuangan, perbankan juga berperan sesuai dengan harapan masyarakat terhadap keberadaan perbankan. Harapan masyarakat, bank memiliki tiga peran penting yaitu sebagai lembaga kepercayaan, agen pembangunan negara, dan pemberi layanan.

Masyarakat bersedia menitipkan uangnya di bank didasarkan ada rasa percaya kepada bank. Masyarakat percaya bahwa bank tak akan menyelewengkan uang mereka, bahwa uang mereka akan terkelola baik, bahwa bank tak akan gulung tikar, dan simpanan mereka bisa ditarik kembali dalam waktu yang telah ditentukan. Begitu pula sebaliknya, bank menyalurkan uang kepada debitur didasarkan adanya kepercayaan kepada debitur. Bank percaya bahwa debitur tak akan menyelewengkan uangnya, bahwa debitur beritikad baik untuk memulangkan uangnya dan kewajiban lainnya saat sudah jatuh tempo.

Peran bank sebagai agen pembangunan negara semakin terasa pada bank milik negara yang membantu memenuhi tugas pemerintah dalam menyokong kelancaran program-program pembangunan strategis dalam rangka untuk pembangunan perekonomian nasional. Contohnya, peran bank pemerintah dalam memberikan kredit ke para petani untuk menjamin ketahanan pangan nasional, memberikan kredit untuk membantu usaha-usaha kecil, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan memberikan kredit kepada industri strategis, seperti membangun infrastruktur listrik, membangun jalan, dan mendirikan bandara atau pelabuhan.

Selain melakukan alokasi uang dari pihak yang memiliki kelebihan uang kepada yang kekurangan uang, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan lain ke masyarakat. Layanan yang diberikan tersebut terkait erat dengan berbagai kegiatan keuangan, seperti layanan transfer uang, pembayaran tagihan, bank garansi, dan tempat penyimpanan barang berharga.

2.3 Jenis Bank

2.3.1 Berdasarkan Fungsi

1. Bank Sentral: institusi yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga stabilitas harga atau nilai mata uang yang berlaku dalam suatu negara.
2. Bank Umum: bank yang dalam kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat, memberikan pinjaman kepada masyarakat, dan memberikan jasa lalu lintas pembayaran.
3. Bank Perkreditan Rakyat: bank yang kegiatannya sama dengan bank umum, namun tak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2.3.2 Berdasarkan Kepemilikan

1. Bank Milik Pemerintah: bank yang di mana pemerintah adalah pemegang saham pengendali karena seluruh atau sebagian besar sahamnya dikuasai oleh pemerintah.
2. Bank Milik Swasta Nasional: bank yang dikuasai oleh swasta nasional karena seluruh atau sebagian besar sahamnya.
3. Bank Kepemilikan Asing: bank yang di mana pihak asing tersebut terbukti menjadi pengendali karena sebagian atau seluruh kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pihak asing.

2.3.3 Berdasarkan Status

1. Bank Devisa: bank yang sudah memiliki izin untuk melakukan transaksi ke luar negeri dengan mata uang asing, misalnya transfer & inkaso keluar negeri, *traveller cheque*, pembukaan & pembayaran *L/C*.
2. Bank Non-Devisa: bank yang belum mempunyai izin untuk bertransaksi seperti bank devisa.

2.3.4 Berdasarkan Kegiatan Operasional

1. Bank Konvensional: bank yang menggunakan suku bunga sebagai acuan dasar dalam memasarkan produknya.

2. Bank syariah: bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, khususnya yang menyangkut tata cara *muamalah*.

2.4 Kegiatan Usaha Bank

Kegiatan usaha yang bisa dilakukan oleh bank umum adalah menghimpun dana dari masyarakat, memberikan kredit kepada masyarakat, dan memberikan jasa-jasa atau layanan perbankan lainnya. Kegiatan mengumpulkan dan menyalurkan dana adalah kegiatan pokok dari perbankan, sementara kegiatan memberikan layanan perbankan lainnya adalah kegiatan pendukung dalam rangka untuk menghimpun dan menyalurkan dana tersebut.

Semua kegiatan bank akan menghasilkan pendapatan bagi keberlangsungan operasional bank. Namun, umumnya sumber pendapatan utamanya masih berasal dari selisih bunga yaitu selisih pendapatan bunga kredit dengan biaya bunga simpanan (*spread based*), sementara sumber pendapatan lainnya berasal dari biaya layanan perbankan yang dibebankan kepada nasabah (*fee based*). Secara umum, semakin maju sistem perbankan di suatu negara, semakin tinggi pula proporsi pendapatan dari biaya layanan perbankan.

2.4.1 Kegiatan Menghimpun Dana (*Funding*)

Pengertian menghimpun dana artinya mencari dana melalui cara mengajak masyarakat banyak untuk menyimpannya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang bisa menjadi pilihan masyarakat adalah tabungan, giro, dan deposito. Simpanan yang uangnya bisa ditarik dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, atau kartu ATM disebut tabungan. Simpanan yang bisa ditarik memakai cek atau bilyet giro disebut giro. Deposito adalah simpanan yang mempunyai jangka waktu tertentu, biasanya penarikan dilakukan setelah jangka waktu tersebut.

Perbankan biasanya akan memberikan berbagai insentif dalam bentuk balas jasa yang menguntungkan dan menarik sebagai strategi dalam mengumpulkan dana dari masyarakat. Balas jasa tersebut biasanya berupa bunga (bank konvensional), atau bagi hasil (bank syariah). Selain itu, insentif tambahan lainnya bisa dalam bentuk cendera mata, hadiah, atau balas jasa lainnya. Selain kepercayaan, tentu saja semakin banyak ragam dan menguntungkannya insentif yang ditawarkan oleh bank, semakin besar minat masyarakat menyimpan uangnya di bank.

2.4.2 Kegiatan Menyalurkan Dana (*Lending*)

Pengertian menyalurkan dana artinya menyalurkan kembali dana yang didapatkan dari tabungan, giro, dan deposito kepada masyarakat luas dengan bentuk kredit. Tawaran kredit bank biasanya memiliki beragam jenis, tingkat suku bunga, dan jumlah yang ditawarkan, tergantung dari bank yang menawarkannya. Menurut Jeff Madura, suku bunga adalah harga yang dibebankan untuk meminjam uang (Rizki, 2021).

Sebelum kredit disalurkan oleh bank ke masyarakat, bank terlebih dulu akan menilai calon debiturnya. Salah satu dasar dalam pemberian kredit kepada nasabah adalah dengan melakukan analisis 5C (*Character, Capacity, Capital, Condition, Collateral*) dan 7P (*Personality, Party, Purpose, Prospect, Payment, Profitability, Protection*). Analisis kredit yang baik harus didukung data yang benar, akurat, terbaru dan bisa mengungkapkan secara menyeluruh tentang calon debitur. Analisis kredit kelayakan dilakukan secara bertahap berdasarkan dengan kewenangan, tanggung jawab, dan tugas masing-masing. Selain itu, dalam setiap keputusan kredit harus mengajak unit bisnis yang mempunyai tanggung jawab untuk mencapai keuntungan dan unit risiko kredit yang mempunyai tanggung jawab untuk menjadikan minimal biaya yang akan muncul dari kredit. Terakhir, kredit yang telah disalurkan harus ditinjau

secara konsisten dengan melakukan peninjauan terhadap usaha agar segera bank bisa mengetahui tanda-tanda penurunan kualitas kredit dan bisa segera melaksanakan langkah-langkah awal untuk pencegahan terjadinya kredit macet. Tak terpenuhinya kewajiban nasabah pada bank akan menyebabkan bank mendapatkan kerugian (Rizki, 2019).

Selain bunga, bank juga membebankan jasa pinjaman berbentuk biaya provisi, biaya administrasi, dan komisi kepada penerima kreditnya. Tingkat bunga kredit sangat terpengaruh oleh tingkat bunga simpanan, semakin tinggi tingkat bunga simpanan, semakin tinggi juga tingkat bunga pinjaman. Pada perbankan konvensional, keuntungan terbesar didapatkan dari selisih bunga simpanan dengan bunga pinjaman. Bagi perbankan syariah, keuntungan didapatkan dari jasa bank syariah yang dikenakan dalam pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, ada yang menggunakan bagi hasil, keuntungan jual beli barang, atau imbalan.

2.4.3 Kegiatan Memberikan Layanan Perbankan (*Services*)

Layanan perbankan lainnya adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mendukung kelancaran dalam menghimpun dan menyalurkan dana. Walaupun kegiatan pelengkap, hal ini bisa membawa keuntungan bagi nasabah dan bank. Kelengkapan layanan perbankan biasanya ditentukan dari kesiapan permodalan bank dalam menyediakan teknologi yang canggih dan SDM yang handal. Rupa layanan Layanan perbankan lainnya antara lain:

1. Transfer

Jasa pengiriman uang yang bisa dilakukan antar bank yang sama maupun bank yang berlainan, tujuan dalam kota, luar kota maupun luar negeri. Sejalan dengan berkembangannya teknologi keuangan, layanan transfer memunculkan jenis layanan lain seperti pembayaran dan pembelian.

2. Kliring

Jasa penyelesaian utang piutang antar bank secara terpusat di satu tempat dengan cara saling menukarkan warkat-warkat yang akan dikliringkan.

3. Inkaso

Jasa pemberian kuasa kepada bank dalam rangka untuk menagihkan surat-surat berharga yang harus dibayar, setelah pihak pembayar atau tertarik yang berada di tempat lain setuju atas pembayarannya.

4. Bank Garansi

Jasa pemberian jaminan berupa warkat yang diterbitkan oleh bank kepada nasabah yang berakibat bank akan membayar pihak yang menerima jaminan jika pihak yang dijamin mengalami wanprestasi.

5. Surat Kredit Berdokumen

Jasa yang diberikan agar bisa memberikan kelancaran pada transaksi perdagangan. Surat Kredit Berdokumen atau lazim dikenal *Letter of Credit* (L/C) adalah janji tertulis yang diterbitkan oleh bank pembuka (*issuing bank*) atas dasar permohonan tertulis pemohon (*applicant*) kepada penerima (*beneficiary*) untuk membayar atau mengaksep *draft*, mengizinkan bank lain untuk membayar atau mengaksep atau mengambil alih *draft*, apabila dokumen yang diberikan oleh penerima sesuai dengan syarat & kondisi janji tertulis yang diterbitkan oleh bank pembuka. Layanan ini berperan dalam memberikan solusi atas transaksi usaha antara dua pihak yang kurang yakin dengan kredibilitas kedua belah pihak.

6. *Safe Deposit Box*

Jasa layanan tempat menyimpan surat-surat atau barang-barang berharga, biasanya dalam bentuk penyewaan *box* atau kotak penyimpanan.

7. Uang Elektronik

Jasa uang elektronik yang digunakan sebagai alat pembayaran berbentuk elektronik, di mana nilai uangnya disimpan pada media elektronik tertentu dan pengguna harus menyetor atau mengisi terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan berbentuk saldo.

Seiring dengan perkembangan zaman, layanan perbankan sudah mengedepankan sistem elektronik. Layanan perbankan digital merupakan jawaban dari harapan nasabah bank yang mengharapkan pelayanan bank yang cepat, dan aman. Sebagai contoh, layanan pencetakan kartu ATM, transfer, setor & tarik tunai, sampai dengan pembayaran sudah bisa dilakukan dengan mesin ATM. Selain itu, aplikasi *mobile banking* yang dapat diunduh melalui telepon seluler sudah bisa melayani transaksi perbankan seperti transfer, dan pembayaran dengan teknologi NFC dan QR. Berdasarkan hasil penelitian, layanan perbankan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Sudirman dan Suasana, 2018; Nurdin *et al.*, 2020; Susilawaty dan Nicola, 2020; Fitria, Munawar dan Pratama, 2021).

2.5 Bank Digital

Kehadiran covid-19 memang telah merubah cara menjalani hidup sehari-hari, termasuk dalam melakukan aktivitas keuangan. Sejak covid-19 datang, nasabah sudah tidak bisa lagi untuk bebas ke bank seperti sebelum covid-19 datang. Adanya penerapan protokol kesehatan seperti memakai masker, pembatasan jumlah nasabah, dan penerapan *Work From Home* (WFH) bagi karyawan bank tersebut mendorong munculnya tren bank digital.

Kehadiran bank digital dipicu karena adanya kebutuhan konsumen yang mengharapkan fleksibilitas layanan perbankan. Selain itu juga karena masuknya *financial technology* (*fintech*) dalam sektor keuangan. Kemunculan *fintech* sangat memengaruhi gaya hidup masyarakat karena terdapat efektivitas proses yang dibantu oleh teknologi. Fenomena inovasi disruptif *fintech* apabila dibandingkan dengan fenomena transportasi online, maka tak menutup kemungkinan akan mengancam institusi jasa keuangan tradisional (Rizki dan Priyono, 2018).

Pendirian bank digital bisa dilakukan dengan dua cara, antara lain dengan mendirikan bank baru sebagai bank digital dengan modal inti minimal Rp10 triliun, atau dengan melakukan transformasi dari bank konvensional menjadi bank digital. Beberapa contoh bank digital yaitu Allo Bank (d/h Bank Harda Internasional), Bank Jago (d/h Bank Artos Indonesia), SeaBank (d/h Bank Kesejahteraan Ekonomi), Bank Aladin Syariah (d/h Bank Net Indonesia Syariah), Superbank (d/h Bank Fama Internasional), dan masih banyak lagi.

Fungsi bank digital pada dasarnya juga melakukan fungsi perantara seperti bank umum, menyatukan antara pihak yang memiliki dana dengan membutuhkan dana. Adapun bedanya terdapat dalam penggunaan aplikasi untuk mengakomodasi sebagian besar atau seluruh layanan, dan sistem yang bisa mencocokkan kebutuhan nasabahnya. Layanan pada bank digital sebenarnya sama dengan layanan pada bank konvensional, namun bank digital tidak terlalu mengandalkan kantor fisik dalam pelayanan nasabahnya seperti halnya bank konvensional.

Keuntungan bank digital menurut nasabah yaitu adanya kemudahan transaksi, dan biaya yang terjangkau atau bahkan gratis, sedangkan menurut bank yaitu kemudahan dalam melakukan inovasi dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah berdasarkan data telah tercatat secara digital. Salah satu ketakutan terbesar bagi nasabah bank digital adalah informasi data pribadi atau transaksi perbankan yang dapat disusupi oleh peretas, sehingga uang mereka dapat dicuri dengan data tersebut. Oleh karena itu, tantangan yang harus dihadapi bank digital ke depannya adalah perlunya modal yang besar untuk menjaga keamanan data nasabahnya dan melakukan inovasi melalui pengembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2022) *Bank dan Lembaga Keuangan*. Cirebon: Green Publisher Indonesia.
- Fitria, A., Munawar, A. dan Pratama, P. P. (2021) “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI,” *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), hal. 43–52. doi: 10.37641/jikes.v1i1.406.
- Muktar, B., Rahmidani, R. dan Siwi, M. K. (2016) *Bank dan lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, N. *et al.* (2020) “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), hal. 87–104.
- Rizki, M. (2019) “Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Bank Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perbankan yang Terdaftar di BEI,” *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 1(1), hal. 27–35.
- Rizki, M. (2021) “Dampak Suku Bunga, Inflasi, Nilai Tukar, dan Cadangan Devisa Terhadap Return IHSG di Bursa Efek Indonesia,” *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship Vol.*, 3(1), hal. 44–55.
- Rizki, M. dan Priyono, B. (2018) “Tantangan Pemerintah dalam Menyikapi Inovasi Disruptif Financial Technology,” in *Strategi Administrasi Pembangunan dalam Merespons Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 2.0, hal. 417–424.
- Sudirman, I. M. S. A. S. dan Suasana, I. G. A. K. G. (2018) “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar,” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(4), hal. 473–488.

Susilawaty, L. dan Nicola, N. (2020) “Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan,” *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), hal. 179–190.

BAB 3

OVERVIEW OF FINANCIAL SERVICES

Oleh Fajrillah

3.1 Pendahuluan

Layanan keuangan adalah layanan yang berkaitan dengan pengelolaan dan pergerakan uang atau aset keuangan. Layanan keuangan mencakup segala bentuk aktivitas keuangan seperti penyimpanan uang, pinjaman, investasi, asuransi, perencanaan keuangan, dan pembayaran. Layanan keuangan dapat disediakan oleh berbagai lembaga keuangan seperti bank, asuransi, perusahaan investasi, atau lembaga keuangan non-bank seperti fintech. Layanan keuangan juga dapat disediakan oleh individu seperti konsultan keuangan atau manajer keuangan. Layanan keuangan sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan kehidupan masyarakat karena memudahkan pergerakan dan pengelolaan uang dan aset keuangan yang vital bagi aktivitas bisnis dan kehidupan sehari-hari.

Tidak diragukan lagi, percepatan teknologi yang telah menghasilkan efek luar biasa pada perekonomian kita secara umum telah memberikan dampak yang sangat besar dalam memperluas cakupan dan kegunaan produk keuangan selama beberapa tahun terakhir. Teknologi informasi telah memungkinkan penciptaan, penilaian, dan pertukaran produk keuangan yang kompleks secara global yang sebelumnya hanya dibayangkan dalam buku-buku pelajaran kita, dan bahkan hanya dalam beberapa tahun terakhir. Derivatif jelas merupakan produk yang paling nyata dari sekian banyak produk yang terinspirasi oleh teknologi. Namun, peningkatan substansial

dalam kemampuan kalkulasi telah memungkinkan penerapan berbagai produk lain dan, yang paling menguntungkan, cara- cara baru untuk melepaskan diri dari risiko. Yang sangat luar biasa adalah bahwa tidak ada tanda-tanda bahwa proses percepatan dalam teknologi finansial ini akan segera berakhir. Bergerak dengan kecepatan yang sangat tinggi, tidak hanya didorong oleh aplikasi matematika yang disempurnakan yang dihasilkan oleh kemampuan komputasi yang terus meningkat, namun juga oleh kemampuan telekomunikasi yang terus berkembang dan perluasan substansial pasar dunia. Semua produk keuangan baru yang telah diciptakan dalam beberapa tahun terakhir ini memberikan kontribusi nilai ekonomi dengan memisahkan risiko dan mengalokasikannya dengan cara yang sangat terkalibrasi. Meningkatnya pangsa keuangan dalam output bisnis Amerika Serikat dan negara-negara lain merupakan ukuran nilai ekonomi yang ditambahkan oleh kemampuan instrumen dan teknik baru ini untuk meningkatkan proses penciptaan kekayaan (Greenspan, 2000).

Alasannya, tentu saja, karena informasi sangat penting untuk evaluasi risiko. Semakin sedikit yang diketahui tentang kondisi pasar atau usaha saat ini, semakin sedikit kemampuan untuk memproyeksikan hasil di masa depan dan, oleh karena itu, semakin kecil pula risiko (Greenspan, 2000).

Layanan keuangan saat ini terus mengalami perkembangan dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Berikut adalah beberapa layanan keuangan yang saat ini tersedia:

1. Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang menyediakan layanan seperti simpanan, pinjaman, dan investasi. Saat ini, bank telah mengadopsi teknologi keuangan seperti mobile banking dan internet banking

untuk memudahkan konsumen dalam mengakses layanan keuangan.

2. Asuransi

Asuransi adalah layanan keuangan yang memberikan perlindungan terhadap risiko keuangan seperti kecelakaan, sakit, atau kematian. Saat ini, beberapa perusahaan asuransi telah mengadopsi teknologi keuangan seperti telematika dan artificial intelligence untuk menilai risiko kredit dan menentukan harga asuransi yang lebih akurat.

3. Investasi

Investasi adalah kegiatan untuk menanamkan uang dalam bentuk saham, obligasi, atau properti dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Saat ini, ada banyak platform investasi yang tersedia seperti reksa dana online, peer-to-peer lending, atau investasi dalam cryptocurrency.

4. Pembayaran

Pembayaran adalah kegiatan untuk melakukan transfer uang atau membayar tagihan. Saat ini, ada banyak platform pembayaran digital seperti e-wallet, mobile banking, dan internet banking yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai.

5. Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan adalah kegiatan untuk merencanakan pengelolaan keuangan untuk mencapai tujuan finansial di masa depan. Saat ini, ada banyak layanan perencanaan keuangan yang tersedia seperti aplikasi perencanaan keuangan dan konsultan keuangan yang dapat membantu konsumen merencanakan keuangan mereka.

6. Pinjaman

Pinjaman adalah layanan keuangan yang memungkinkan seseorang untuk meminjam uang dari lembaga keuangan atau individu lain dengan persyaratan

tertentu. Saat ini, ada banyak platform pinjaman digital seperti peer-to-peer lending yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan pinjaman dengan bunga yang lebih rendah dan proses yang lebih cepat.

Secara keseluruhan, layanan keuangan saat ini semakin terdiversifikasi dan inovatif dengan adopsi teknologi keuangan yang terus berkembang. Hal ini memberikan banyak kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan keuangan dan merencanakan keuangan mereka (Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002).

3.2 Industri Layanan Keuangan

Teknologi keuangan, atau yang biasa disebut dengan fintech, telah membawa perubahan besar pada industri layanan keuangan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam tinjauan layanan keuangan dari sisi teknologi keuangan, beberapa perubahan signifikan yang terjadi antara lain:

1. Digitalisasi Layanan Keuangan

Fintech memungkinkan layanan keuangan untuk diakses secara digital melalui aplikasi atau platform online. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang bank atau lembaga keuangan lainnya. Digitalisasi juga memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan terjamin keamanannya.

2. *Mobile Banking*

Teknologi keuangan juga memungkinkan konsumen untuk mengakses layanan keuangan melalui aplikasi mobile banking. Dengan adanya mobile banking, konsumen dapat melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja dengan menggunakan ponsel pintar. Hal ini memberikan

kemudahan bagi konsumen untuk mengelola keuangannya tanpa harus datang ke kantor cabang bank.

3. *Peer-to-Peer Lending*

Fintech juga memungkinkan terjadinya peer-to-peer lending, di mana individu atau perusahaan dapat memberikan pinjaman secara langsung kepada peminjam tanpa melalui lembaga keuangan. Peer-to-peer lending memungkinkan peminjam untuk mendapatkan pinjaman dengan bunga yang lebih rendah dibandingkan dengan lembaga keuangan tradisional.

4. *Blockchain*

Blockchain merupakan teknologi yang memungkinkan terjadinya transaksi keuangan secara terdesentralisasi. Hal ini berarti bahwa transaksi keuangan dapat dilakukan tanpa perlu melalui lembaga keuangan atau pihak ketiga lainnya. *Blockchain* juga memungkinkan terjadinya transaksi keuangan yang lebih cepat, aman, dan transparan.

5. *Artificial Intelligence*

Teknologi keuangan juga memanfaatkan artificial intelligence atau kecerdasan buatan untuk memproses dan menganalisis data keuangan. Hal ini memungkinkan lembaga keuangan untuk memberikan layanan yang lebih personal dan spesifik kepada konsumen. Selain itu, artificial intelligence juga dapat membantu lembaga keuangan dalam melakukan penilaian risiko kredit dan penentuan harga asuransi.

6. *Cryptocurrency*

Cryptocurrency adalah mata uang digital yang menggunakan teknologi blockchain sebagai dasar pengamanannya. *Cryptocurrency* memungkinkan transaksi keuangan dilakukan tanpa perlu melalui lembaga keuangan atau pihak ketiga lainnya. Meskipun demikian, penggunaan *cryptocurrency* masih relatif baru dan perlu adanya regulasi

yang lebih jelas untuk menjaga keamanan dan stabilitasnya(Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002).

3.2.1 Layanan Teknologi dan Keuangan

Layanan Teknologi dan Keuangan (Financial Technology atau "Fintech") merujuk pada pemanfaatan teknologi digital dan inovasi untuk meningkatkan dan menyediakan layanan keuangan yang lebih efisien, cepat, dan terjangkau. Layanan fintech ini dapat mencakup berbagai jenis layanan keuangan seperti pinjaman online, transfer uang elektronik, investasi, pembayaran digital, asuransi, manajemen keuangan, dan masih banyak lagi.

Layanan fintech biasanya disediakan oleh startup atau perusahaan kecil yang menggabungkan teknologi dengan pengalaman dan pengetahuan dalam industri keuangan. Fintech telah memberikan dampak yang signifikan pada industri keuangan dengan mengubah cara orang berinteraksi dengan layanan keuangan, menghilangkan hambatan akses keuangan, dan mengurangi biaya transaksi keuangan.

Contoh layanan fintech yang populer termasuk PayPal, Venmo, Square, LendingClub, Kabbage, Robinhood, dan lain-lain. Fintech juga terus berkembang dengan inovasi baru seperti blockchain, cryptocurrency, artificial intelligence, dan big data yang dapat meningkatkan efisiensi dan keamanan layanan keuangan.

Namun, layanan fintech juga memperkenalkan tantangan dan risiko baru seperti privasi data, keamanan, dan pengaturan. Oleh karena itu, regulator keuangan dan industri terus berupaya untuk memastikan bahwa inovasi fintech berada di bawah pengawasan yang ketat dan mematuhi regulasi yang berlaku (Greenspan, 2000).

3.2.2 Regulasi dan Pengawasan

Regulasi dan pengawasan adalah bagian penting dalam layanan keuangan, termasuk layanan teknologi dan keuangan (fintech). Pengawasan dan regulasi yang tepat dapat membantu memastikan keamanan, stabilitas, dan integritas industri keuangan, serta melindungi kepentingan konsumen.

Berikut beberapa strategi pengawasan dan regulasi yang terkait dengan fintech:

1. Kerja sama antara regulator keuangan: Pengawasan fintech tidak hanya dilakukan oleh satu regulator, tetapi melibatkan beberapa regulator keuangan yang berbeda seperti bank sentral, otoritas perbankan, dan otoritas pasar modal. Oleh karena itu, kerja sama antara regulator keuangan menjadi sangat penting untuk memastikan pengawasan yang efektif dan konsisten terhadap layanan fintech.
2. Regulasi yang responsif dan adaptif: Fintech terus berkembang dengan inovasi baru, oleh karena itu regulasi harus responsif dan adaptif untuk mengikuti perkembangan fintech. Hal ini memungkinkan regulator untuk memastikan bahwa inovasi fintech tidak melanggar prinsip-prinsip dasar dan mengidentifikasi risiko yang muncul.
3. Pengawasan yang proporsional: Regulator harus mempertimbangkan ukuran dan tingkat risiko dari fintech yang berbeda dalam menjalankan pengawasan. Fintech yang lebih besar dan lebih kompleks memerlukan pengawasan yang lebih ketat, sementara fintech yang lebih kecil mungkin hanya perlu pengawasan yang lebih ringan.
4. Perlindungan konsumen: Regulator juga harus memastikan bahwa layanan fintech mematuhi standar perlindungan

konsumen yang berlaku. Ini termasuk transparansi informasi, keamanan data, dan hak konsumen dalam hal penyelesaian sengketa.

5. Penyelesaian sengketa: Regulator harus mempertimbangkan solusi penyelesaian sengketa yang efektif dan mudah diakses oleh konsumen. Hal ini dapat membantu melindungi konsumen dari risiko yang terkait dengan layanan fintech yang buruk atau menipu.

Strategi pengawasan dan regulasi yang tepat dapat membantu memastikan bahwa layanan fintech beroperasi dengan aman, stabil, dan sesuai dengan hukum.

3.3 Masa Depan Layanan Keuangan di Internet

Pertumbuhan eksplosif Internet telah membuat kita kewalahan dengan informasi. Meskipun informasi yang sulit jika bukan tidak mungkin diperoleh hanya beberapa tahun yang lalu dapat diakses dengan mudah, bahaya informasi yang berlebihan tidak pernah sebesar ini. Alat navigasi khusus disiplin yang efektif harus dirancang untuk menghindari jebakan yang menyertai banyaknya informasi.

Internet memungkinkan kita untuk menemukan informasi dengan mengklik mouse, menerima jawaban instan atas pertanyaan, mendapatkan akses ke berbagai sumber informasi, dan melakukan transaksi keuangan secara online. Singkatnya, internet telah mengubah hampir semua aspek bisnis. Layanan keuangan telah beradaptasi dengan lingkungan baru ini dengan menyediakan informasi dan mengembangkan layanan online yang inovatif. Berikut ini adalah diskusi singkat mengenai informasi dan layanan yang tersedia untuk setiap kategori layanan keuangan utama.

Mesin pencari seperti Alta Vista, Excite, HotBot, Infoseek, Lycos, dan WebCrawler menyediakan titik awal yang baik untuk eksplorasi Internet. Namun, mesin pencari terbaik untuk mencari informasi jasa keuangan adalah Yahoo! karena fitur pencariannya yang mudah digunakan dan daftar tautan jasa keuangan yang luas. Yahoo! menebus fakta bahwa ini bukan mesin pencari yang paling kuat yang tersedia dengan menyediakan opsi pencarian bagi pengguna yang nyaman dan berguna. Kemudian muncul yang lebih canggih lagi Google, ChatGPT dan lain-lainnya yang memiliki kecerdasan buatan (*Artifical Intelengence*).

Kecepatan pengembangan aplikasi dan teknologi baru untuk Internet sangat menakjubkan. Istilah-istilah seperti Java, JavaScript, dan HTML Dinamis tidak menjadi bagian dari pengetahuan kita beberapa tahun yang lalu. Namun, alat-alat ini menjanjikan untuk membuat Internet menjadi lebih interaktif dan berguna. Bagi penyedia jasa keuangan, ini berarti semakin banyak bisnis yang akan dilakukan di dunia maya. Bagi konsumen jasa keuangan, masa depan menjanjikan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan, layanan yang efisien, dan harga yang lebih rendah. Sejumlah masalah seperti bandwidth dan keamanan masih belum terselesaikan, tetapi tidak ada masalah dengan Internet saat ini yang begitu cepat berkembang.

Sementara para akademisi dapat menantikan alat pengajaran baru dan peningkatan akses ke database penting, salah satu perubahan yang paling besar akan terjadi pada jurnal akademik. Saat ini, situs web jurnal cenderung dipandang sebagai media sekunder setelah jurnal cetak. Namun, ketika para editor mulai berfokus pada Internet sebagai metode utama untuk menyebarkan informasi ilmiah, banyak metode inovatif untuk interaksi ilmiah akan dikembangkan. Open Journal Systems (OJS) adalah sebuah

platform perangkat lunak open source yang dikembangkan oleh Public Knowledge Project (PKP) untuk membantu penerbitan jurnal ilmiah secara online. OJS menyediakan berbagai fitur untuk memudahkan proses penerbitan jurnal, termasuk manajemen proses review, pengelolaan konten, dan distribusi artikel secara online. Dalam OJS, seorang editor jurnal dapat mengelola proses penerimaan artikel, memilih reviewer, dan membuat keputusan tentang penerbitan artikel.

Dengan menggunakan OJS, sebuah jurnal ilmiah dapat diakses secara online oleh pembaca dari seluruh dunia. OJS juga memudahkan proses indeksasi jurnal, sehingga dapat lebih mudah ditemukan oleh para peneliti dan akademisi. OJS tersedia dalam berbagai bahasa dan dapat diunduh secara gratis dari situs web PKP.

Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Digital (JAMED) adalah contoh yang baik dari apa yang dapat diharapkan dalam waktu dekat. JAMED adalah jurnal ilmiah dengan dewan editorial dan proses peninjauan. Namun, hampir semua proses mulai dari penyerahan makalah hingga publikasi akhir dilakukan secara elektronik. Makalah, yang dapat dikirimkan melalui situs web <https://ejournal.insightpower.org/index.php/JAMED/index>, ditinjau oleh dua pengulas dan satu atau lebih anggota dewan redaksi. Makalah yang diterima kemudian dimuat di situs web <https://ejournal.insightpower.org/index.php/JAMED/index> (JAMED) selama satu bulan untuk ditinjau secara terbuka. Siapapun yang tertarik dengan topik tersebut dapat membaca makalah dan memberikan komentar. Komentar-komentar yang relevan dari proses tinjauan terbuka akan disertakan dalam dokumen akhir. Setelah sebuah makalah diterima untuk dipublikasikan, makalah tersebut akan diberi label "Published".

Akademisi dan profesional sama-sama telah beralih dari gagasan bahwa Internet hanyalah mode teknologi lainnya menuju kesadaran bahwa media ini secara mendasar akan mengubah cara bisnis dan pendidikan dilakukan. Pencantuman Praktek Keuangan dan Pendidikan. Internet mengembangkan panduan ringkas untuk informasi, komunikasi, layanan keuangan, dan pendidikan keuangan di Internet. Tinjauan Layanan Keuangan juga menyadari pentingnya informasi keuangan di Internet dan memprakarsai fitur tinjauan situs web reguler.

Internet telah menciptakan banyak peluang bagi para akademisi, profesional, dan konsumen jasa keuangan. Studi ini telah berusaha untuk membiasakan pembaca dengan informasi dan layanan yang saat ini tersedia (*real time*) (Grinder, 1997).

DAFTAR PUSTAKA

- Claessens, S., Glaessner, T. and Klingebiel, D. (2002) 'Electronic finance: Reshaping the financial landscape around the world', *Journal of Financial Services Research*, 22(1-2), pp. 29-61. doi: 10.1023/A:1016023528211.
- Greenspan, A. (2000) 'Technology and Financial Services', *Journal of Financial Services Research*, 18(2-3), pp. 109-113. Available at: <http://link.springer.com/journal/volumesAndIssues/10693%5Cnhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eoh&AN=0562475&site=ehost-live>.
- Grinder, B. (1997) 'An overview of financial services resources on the internet', *Financial Services Review*, 6(2), pp. 125-140. doi: 10.1016/s1057-0810(97)90023-8.

BAB 4

FINANCIAL SERVICES DAN FINANCIAL TECHNOLOGY

Oleh Budi Harto

4.1 Pendahuluan

Kajian layanan keuangan dan Fintech menggali lebih dalam signifikansi dan pertumbuhan institusi keuangan di dunia modern yang semakin digital. Pada bab ini memberikan diskusi menyeluruh tentang berbagai aspek layanan tradisional dan fintech yang sangat penting untuk dipahami oleh masyarakat Indonesia, seperti perkembangan, perbandingan, dan tantangan yang mereka hadapi.

Mengingat pesatnya pertumbuhan teknologi keuangan dan pengaruhnya terhadap sektor jasa keuangan, diskusi ini menjadi semakin penting. Dengan membaca pembahasan ini, pembaca akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang layanan keuangan tradisional dan fintech, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat tentang opsi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini berguna bagi siapa saja yang tertarik dengan pertumbuhan layanan keuangan dan fintech di Indonesia, termasuk mereka yang bekerja di industri ini, mereka yang memiliki peran regulasi, dan akademisi.

Di dunia yang semakin digital saat ini, layanan keuangan, yang sering dikenal luas telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kemajuan ini disebabkan oleh ketersediaan teknologi inovatif dan mutakhir yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan akses yang lebih

sederhana dan lebih cepat ke layanan keuangan. Teknologi keuangan, juga dikenal sebagai fintech, adalah salah satu inovasi yang berkembang pesat dan berdampak besar pada layanan keuangan.

Bagian ini ditujukan bagi pembaca yang menginginkan pemahaman yang lebih mendalam tentang jasa keuangan dan fintech, seperti mahasiswa, profesional di bidang keuangan, dan masyarakat umum yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut perkembangan terkini di sektor keuangan. Diharapkan pembaca akan memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang dampak potensial dari layanan keuangan dan fintech pada ekonomi global dan banyak industri di tahun-tahun mendatang.

4.2 Pengertian Financial Services dan Financial Technology

Istilah Layanan Keuangan mengacu pada banyak layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perencana keuangan, dan bisnis pengiriman uang. Layanan ini menyediakan berbagai macam produk dan bantuan keuangan, termasuk pinjaman, rekening tabungan, investasi, asuransi, kartu kredit, dan layanan manajemen kekayaan.

Sedangkan "Teknologi Keuangan," atau "Fintech," mengacu pada penerapan inovasi teknologi di sektor keuangan dengan tujuan meningkatkan dan menyempurnakan kualitas layanan keuangan. Fintech mencakup penggunaan teknologi untuk memfasilitasi transaksi keuangan, bantuan dalam manajemen keuangan pribadi dan perusahaan, meningkatkan layanan perbankan dan investasi, memotong biaya, dan meningkatkan efisiensi di sektor keuangan.

4.3 Layanan Keuangan Tradisional

Layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga yang sudah lama berdiri seperti bank dan perusahaan asuransi dapat dikatakan sebagai layanan keuangan tradisional atau lembaga keuangan tradisional (Kim, 2022; Scardovi, 2017; Mainardes & Freitas, 2023; Karsh & Abufara, 2020; Zhou, 2021), contohnya meliputi:

1. Produk simpanan tradisional yang ditawarkan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya memperoleh bunga untuk pemegang rekening atau nasabah.
2. Lembaga keuangan tradisional dan bank memberikan pinjaman untuk tujuan tertentu seperti pembelian properti dan mobil dengan suku bunga dan jatuh tempo pembayaran yang telah ditentukan.
3. Kartu kredit baik yang ditawarkan lembaga keuangan maupun bank kepada pelanggan/ nasabah dengan berbagai program hadiah, termasuk penawaran poin, diskon, dan uang kembali.
4. Lembaga keuangan tradisional bank menawarkan berbagai produk investasi seperti saham, obligasi, dan reksa dana kepada klien sehingga dapat memilih tingkat risiko dan pengembalian yang diinginkan.
5. Perusahaan asuransi menawarkan berbagai jenis perlindungan terhadap risiko kematian, sakit, atau kerugian harta benda yang dimiliki nasabahnya.

Persyaratan dan prosedur formal seringkali diperlukan untuk layanan perbankan tradisional seperti verifikasi identitas, pemeriksaan kredit, dan pengajuan aplikasi. Meskipun demikian, keuntungan dari layanan perbankan tradisional terletak pada keamanan dan stabilitas yang diberikan oleh lembaga keuangan yang tunduk pada peraturan oleh otoritas moneter terkait.

4.4 Perkembangan Financial Services dan Financial Technology

Beberapa informasi yang digunakan untuk menguraikan kemajuan yang dibuat di bidang jasa keuangan dan teknologi keuangan.

- Industri teknologi keuangan telah mengubah struktur dan cara orang berinteraksi dengan layanan keuangan. Mereka juga menunjukkan potensi besar bagi fintech untuk mempercepat pengenalan konsep keuangan baru dan mengurangi biaya transaksi (Hill, 2018; Chishti & Barberis, 2016).
- Teknologi keuangan telah memungkinkan lembaga keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka dalam operasi dan memberikan pengalaman keseluruhan yang lebih baik kepada pelanggan mereka (Glushchenko, Hodasevich, & Kaufman, 2019; Wakil, et al., 2022).
- (International Monetary Fund, 2022; Pascual & Natalucci, 2022; Beirne, Villafuerte, & Zhang, 2022; Buchak, Matvos, Piskorski, & Seru, 2018) menganalisis efek fintech pada regulasi keuangan dan mengidentifikasi kemungkinan arbitrase peraturan, di mana perusahaan fintech menghindari aturan ketat yang berlaku untuk bank tradisional.
- (Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, & Oudheusden, 2015) menjelaskan bahwa inklusi keuangan tumbuh di seluruh dunia, meskipun faktanya banyak orang masih kekurangan akses ke layanan perbankan.
- (Kshetri, 2018) blockchain memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi pembayaran lintas batas dan untuk membantu memastikan keamanan dan transparansi transaksi bisnis.
- (Agarwal, 2023) mempertimbangkan bagaimana krisis keuangan global telah mempengaruhi fintech dan

bagaimana inovasi di sektor keuangan dapat membantu mencegah terulangnya krisis itu di masa depan.

- Fintech telah menjadi topik diskusi utama di seluruh dunia, dan perusahaan fintech dapat membantu memecahkan masalah di sektor keuangan, seperti stagnasi ekonomi dan kesulitan mendapatkan akses ke layanan perbankan (McWaters, 2015).

4.5 Tantangan dalam Layanan Financial Services dan Financial Technology

Keterbatasan dan tantangan dari Layanan Keuangan dan Penyediaan Teknologi (Cherednichenko, 2022; International Monetary Fund, 2022; Beirne, Villafuerte, & Zhang, 2022; IFC, 2017; Scardovi, 2017; Dietz, Kincses, Seshadrinathan, & Yang, 2022), antara lain:

1. Keamanan dan kerahasiaan data sangat penting, karena layanan keuangan dan teknologi keuangan memproses dan menyimpan informasi keuangan pelanggan yang sensitif. Perusahaan harus memastikan keamanan dan kerahasiaan informasi pelanggan di seluruh proses transaksi keuangan.
2. Layanan keuangan dan teknologi keuangan tunduk pada berbagai peraturan dan standar etika, karena mereka harus beroperasi sesuai dengan hukum di berbagai negara dan wilayah. Perusahaan harus mengetahui peraturan setempat dan memastikan kepatuhan terhadap aturan yang berlaku setiap saat.
3. Persaingan sangat ketat, dengan sektor Jasa Keuangan dan Teknologi Keuangan menjadi semakin kompetitif. Keberhasilan perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk mempertahankan posisi pasarnya dan untuk mengembangkan produk dan layanan baru untuk memenuhi permintaan pelanggannya.

4. Kecepatan perusahaan mengadopsi teknologi baru sangat penting jika ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dan efisiensinya.
5. Manajemen risiko keuangan yang tinggi seperti risiko kredit, risiko pasar, dan risiko operasional melekat dalam industri jasa keuangan dan teknologi keuangan. Sistem manajemen risiko yang kuat sangat penting bagi bisnis untuk mengurangi ancaman semacam ini.
6. Layanan keuangan dan teknologi keuangan sangat bergantung pada infrastruktur teknologi seperti koneksi internet dan server. Perusahaan harus memastikan bahwa infrastrukturnya dapat diakses dan aman untuk menjaga efisiensi operasinya.
7. Masyarakat umum belum merangkul manfaat layanan keuangan dan teknologi keuangan, sehingga bisnis harus mendidik konsumen tentang keunggulan layanan ini.

4.6 Keuntungan Financial Services dan Fintech

Keunggulan Jasa Keuangan dan Fintech (Chishti & Barberis, 2016; Boot, Hoffmann, Laeven, & Ratnovski, 2020; Gomber, Kauffman, Parker, & Weber, 2018; Tello-Gamarra, Teixeira, Longaray, & Hernani, 2022; Mougayar & Buterin, 2016), antara lain:

1. Akses yang lebih mudah ke sumber daya keuangan dimungkinkan oleh keberadaan layanan keuangan dan fintech, terutama bagi mereka di masyarakat yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan tradisional.
2. Layanan keuangan dan fintech biasanya menawarkan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan lembaga perbankan tradisional, mendorong lebih banyak orang untuk memanfaatkan layanan perbankan.
3. Layanan keuangan dan fintech dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka dengan bantuan teknologi,

memungkinkan mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lebih cepat kepada pelanggan mereka.

4. Inovasi dalam layanan keuangan dan fintech mendorong pengembangan layanan keuangan untuk menghadirkan produk dan layanan baru yang lebih memenuhi permintaan konsumen.
5. Layanan keuangan dan fintech dapat membantu masyarakat dalam mendiversifikasi portofolio investasi mereka, menurunkan risiko mereka secara keseluruhan dan meningkatkan potensi pengembalian mereka.
6. Literasi keuangan dapat ditingkatkan melalui ketersediaan layanan keuangan dan teknologi inovatif seperti fintech.
7. Layanan keuangan dan fintech dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan, yang pada gilirannya mengurangi tekanan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan bagi semua orang.

Namun, manfaat layanan keuangan dan fintech harus diimbangi dengan manajemen risiko yang cermat dan perlindungan konsumen yang komprehensif.

4.7 Peran Financial Services dan Fintech dalam Perekonomian

Layanan keuangan dan teknologi keuangan memainkan peran penting dalam perekonomian karena mereka menyediakan akses yang lebih mudah dan lebih cepat ke layanan perbankan. Berikut ini adalah beberapa peran terpenting yang dimainkan oleh layanan keuangan dan fintech (McWaters, 2015; Deloitte, 2015; Innes & Andrieu, 2022; Asif, Khan, Tiwari, Wani, & Alam, 2023; Zeidy, 2022) dalam perekonomian:

1. Peningkatan akses ke layanan dan produk keuangan. Penyedia layanan keuangan dan Fintech memungkinkan orang yang sebelumnya tidak terjangkau untuk mendapatkan manfaat dari produk dan layanan Keuangan

tradisional. Layanan seperti mobile banking dan dompet elektronik memungkinkan siapa saja untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan mudah dari mana saja, tanpa mengunjungi cabang bank fisik.

2. Peningkatan efisiensi dan produktivitas: jasa keuangan dan fintech dapat membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas di sektor bisnis dan keuangan dengan mempermudah dan mempercepat pengelolaan keuangan dan transaksi.
3. Layanan keuangan dan Fintech telah mempercepat inovasi di sektor perbankan dengan menciptakan jawaban mutakhir untuk masalah pelanggan. Fitur seperti pembayaran digital, kredit online, dan analisis keuangan otomatis adalah bagian dari solusi inovatif ini.
4. Pertumbuhan ekonomi yang difasilitasi oleh peningkatan Akses ke Modal Layanan keuangan dan Fintech memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan modal bagi usaha kecil dan pengusaha. Akses yang lebih mudah ke layanan keuangan dapat meningkatkan produktivitas dan mempercepat ekspansi perusahaan.
5. Meningkatkan transparansi dan keamanan layanan keuangan dan Fintech dapat membantu meningkatkan transparansi dan keamanan dalam transaksi keuangan. Layanan seperti blockchain dan kontrak pintar memungkinkan transaksi moneter yang transparan dan dapat diaudit.

4.8 Inovasi dalam Financial Services dan Fintech

Industri jasa keuangan, serta fintech, mengalami pertumbuhan pesat karena kemajuan teknologi. Tujuan dari inovasi ini adalah untuk membuat solusi keuangan lebih efisien, terjangkau, dan dapat diakses oleh masyarakat umum. Beberapa inovasi terbaru di bidang keuangan dan teknologi terkait (Suryono, Budi, & Purwandari, 2020; Anifa, Ramakrishnan,

Joghee, Kabiraj, & Bishnoi, 2022; Fong, Han, Liu, Qu, & Shek, 2021; Deloitte, 2016; PwC, 2020) meliputi:

1. *Peer-to-peer lending* (P2P) adalah sistem yang memungkinkan penyedia pinjaman dan peminjam untuk bertemu dan bertransaksi bisnis online, melewati perantara tradisional seperti bank. Orang-orang yang kesulitan mendapatkan pinjaman dari bank karena faktor-faktor seperti kurangnya agunan atau peringkat kredit yang buruk dapat memperoleh manfaat dari perkembangan ini.
2. Inovasi ini memungkinkan pembayaran online tanpa menggunakan mata uang fiat atau kartu kredit. Contohnya termasuk perbankan online, mobile banking, dan dompet elektronik.
3. *Robo-advisory* adalah layanan yang menggunakan teknologi dan algoritma untuk menawarkan saran investasi kepada pelanggan. Dalam hal ini, orang tidak terlibat langsung dalam menawarkan saran investasi.
4. Transaksi moneter yang aman, cepat, dan transparan sekarang dimungkinkan karena teknologi blockchain. Blockchain juga memungkinkan pencatatan transaksi yang terdesentralisasi; Setelah direkam, tidak ada entitas tunggal yang dapat mengubah atau menghapus informasi tersebut.
5. Dengan bantuan inovasi insurtech seperti pembayaran premi online dan pengajuan klaim, penyedia asuransi sekarang dapat menawarkan produk dan layanan mereka sepenuhnya secara digital.
6. Berkat kemajuan AI, bisnis sekarang dapat secara otomatis menganalisis data dan memberikan rekomendasi untuk membuat keputusan.

4.9 Perbandingan antara Layanan Tradisional dan Fintech

Layanan perbankan tradisional dapat dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh perusahaan Fintech dalam sejumlah cara berbeda. Berikut adalah beberapa cara di mana layanan tradisional dan fintech (Scardovi, 2017; Mainardes & Freitas, 2023; Mainardes & Freitas, 2023; Karsh & Abufara, 2020; Zhou, 2021) dapat dibandingkan:

1. **Kecepatan Transaksional**
Secara umum, layanan fintech memfasilitasi transaksi lebih cepat daripada yang konvensional. Ini karena inovasi dalam teknologi, seperti teknologi blockchain dan pembayaran elektronik, telah memungkinkan untuk merampingkan proses transaksi.
2. **Biaya Layanan teknologi keuangan, rata-rata, lebih murah**
daripada yang konvensional. Ini karena tidak seperti bisnis tradisional, perusahaan fintech tidak perlu membayar untuk hal-hal seperti ruang kantor dan biaya operasional lainnya.
3. **Kesederhanaan Pemanfaatan**
Secara umum, layanan fintech lebih mudah digunakan daripada rekan-rekan lama mereka. Ini karena antarmuka pengguna di fintech sengaja dibuat lugas dan mudah dipahami.
4. **Keamanan**
Layanan tradisional umumnya dianggap lebih aman daripada rekan-rekan fintech mereka. Hal ini dikarenakan layanan fintech masih tergolong baru dan belum sepenuhnya diatur oleh pihak berwenang, sehingga meningkatkan risiko terjadinya pelanggaran data dan keamanan yang kurang memadai.
5. **Layanan yang disediakan oleh perusahaan fintech semakin andal dan aman untuk transaksi moneter** sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan pengetatan kebijakan regulasi.

4.10 Hubungan antara Financial Services dan Fintech dengan Industri Lain

Hubungan antara sektor jasa keuangan dan industri lainnya sangat penting. Beberapa contoh hubungan antara jasa keuangan dan fintech dan sektor lainnya (Zeidy, *The Role of Financial Technology (FINTECH) in Changing Financial Industry and Increasing Efficiency in the Economy*, 2022; Kagan, *Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives*, 2022; World Bank Financial Institutions Group, 2022; McWaters, *The Future of Financial Services*, 2015) meliputi:

1. E-commerce dimungkinkan oleh penggunaan layanan keuangan dan fintech, yang memfasilitasi pembayaran dan transaksi moneter, memungkinkan pembeli dan penjual untuk berinteraksi dalam lingkungan yang aman dan nyaman.
2. Dalam industri perjalanan, pembayaran internasional dan transfer uang yang lebih mudah dan murah yang dimungkinkan oleh layanan keuangan dan fintech dapat memfasilitasi pembayaran dan memperluas jangkauan pasar.
3. Layanan keuangan dan fintech dapat memfasilitasi pendanaan pendidikan, memungkinkan siswa di semua tingkatan untuk mendapatkan sumber daya yang mereka butuhkan untuk melanjutkan pendidikan mereka.
4. Layanan keuangan dan fintech dapat memfasilitasi pembayaran dan klaim asuransi, memungkinkan pasien dan penyedia layanan kesehatan akses lebih mudah ke perawatan medis berkualitas tinggi.

4.11 Potensi Pengembangan Financial Services dan Fintech di Indonesia

Mengingat populasi negara yang besar dan meningkatnya tingkat adopsi TIK, Indonesia memiliki potensi besar untuk pertumbuhan layanan keuangan dan teknologi keuangan. Selain itu, pemerintah Indonesia mendorong pertumbuhan fintech di Tanah Air melalui berbagai program dan regulasi yang mendukung, seperti yang mengatur *peer-to-peer lending*, *crowdfunding*, dan *payment gateway*.

Industri perbankan, asuransi, dan investasi di Indonesia semuanya memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Selain itu, kemajuan dalam fintech dapat membantu memperluas akses ke perbankan di Indonesia, terutama bagi mereka yang telah berjuang untuk mendapatkan keuntungan dari layanan keuangan tradisional.

Namun, perkembangan fintech di Indonesia memiliki beberapa tantangan, antara lain karena peraturan yang tidak jelas, masalah keamanan data dan transaksi, serta kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat umum. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah, industri, dan masyarakat umum sangat penting untuk perkembangan fintech di Indonesia.

Indonesia memiliki potensi besar untuk memperluas sektor jasa keuangan dan fintech (Katadata, 2018; Das, Gryseels, Sudhir, & Tan, 2016; Tamara, 2020; Asean, 2022; Indonesia Investments, 2016) karena faktor-faktor berikut:

1. Ekonomi Indonesia tumbuh dengan mantap dan cepat, yang memicu meningkatnya permintaan untuk layanan keuangan. Sektor jasa keuangan, serta sektor fintech, akan mendapat manfaat besar dari perkembangan ini.
2. Persentase penduduk Indonesia yang memiliki rekening bank masih cukup rendah, sekitar 36% dari keseluruhan populasi pada tahun 2017. Hal ini menandakan masih

banyak ruang untuk pengembangan jasa keuangan di Indonesia.

3. Peningkatan penggunaan teknologi di Indonesia telah memicu ekspansi industri fintech di negara ini. Hal ini terbukti dari jumlah pengguna internet dan *smartphone* yang terus meningkat di Indonesia.
4. Pemerintah Indonesia telah mendorong pertumbuhan industri fintech dengan mengeluarkan sejumlah kebijakan dan peraturan yang mendukung. Ini termasuk aturan untuk pembayaran elektronik, layanan keuangan berbasis teknologi, dan pinjaman peer-to-peer.
5. Indonesia, sebagai negara terpadat keempat di dunia, memiliki potensi pasar yang sangat besar. Karena itu, industri jasa keuangan dan fintech memiliki pasar potensial yang sangat besar untuk tumbuh dan meraup keuntungan yang sangat besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, A. (2023). *How Should The Fintech Industry React To A Global Recession?* Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/>
- Anifa, M., Ramakrishnan, S., Joghee, S., Kabiraj, S., & Bishnoi, M. M. (2022). Fintech Innovations in the Financial Service Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7), 1-19.
- Asean. (2022). *Asea Revs Up: Digital Transformation*. The Asean .
- Asif, M., Khan, M. N., Tiwari, S., Wani, S. K., & Alam, F. (2023). The Impact of Fintech and Digital Financial Services on Financial Inclusion in India. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(2), 1-12.
- Asmundson, I. (2011). What Are Financial Services? *Finance & Development*, 48(1), 46-47. Retrieved from International Monetary Fund: <https://www.imf.org/>
- Beirne, J., Villafuerte, J., & Zhang, B. (2022). *Fintech and Covid-19*. Japan: Asia Development Bank Institute.
- Boot, A., Hoffmann, P., Laeven, L., & Ratnovski, L. (2020). *What is Really New in Fintech*. Retrieved from International Monetary Fund: <https://www.imf.org/>
- Buchak, G., Matvos, G., Piskorski, T., & Seru, A. (2018). Fintech, Regulatory Arbitrage, and the Rise of Shadow Banks . *Journal of Financial Economics*, 130(3).
- Cherednichenko, S. (2022). *7 Key Challenges Fintech Startup Faces and Their Solutions*. Retrieved from mobindustry: <https://www.mobindustry.net/>
- Chishti, S., & Barberis, J. (2016). *The Fintech Book: the Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). *Unlocking Indonesia's digital opportunity*. McKinsey & Company.

- Deloitte. (2015). *Cleared for takeoff: Five megatrends that will change financial services*. Deloitte.
- Deloitte. (2016). *Driving FinTech innovation in financial services*. Deloitte.
- Demirguc-Kunt, Klapper, L., Singer, D., & Oudheusden, P. V. (2015). Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World. *World Bank Policy Research Working Paper No. 7255*.
- Dietz, M., Kincses, A., Seshadrinathan, A., & Yang, D. (2022). *Banking on a sustainable path: Global Banking Annual Review 2022*. McKinsey & Company.
- Fong, D., Han, F., Liu, L., Qu, J., & Shek, A. (2021). *Seven technologies shaping the future of fintech*. Mc Kinsey & Company.
- Glushchenko, M., Hodasevich, N., & Kaufman, N. (2019). Innovative financial technologies as a factor of competitiveness in the banking. *SHS Web of Conferences*, 69(2).
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220-265.
- Hill, J. (2018). *Fintech and the Remaking of Financial Institutions*. New York: Academic Press.
- IFC. (2017). *Digital Financial Services: Challenges and Opportunities for Emerging Market Banks*. International Financial Corporation, World Bank Group.
- Indonesia Investments. (2016). *Google & Temasek Positive about Indonesia's Digital Economy Growth*. Retrieved from Indonesia Investments: <https://www.indonesia-investments.com/>
- Innes, C. R., & Andrieu, J. (2022). *Banking on FinTech in Emerging Markets*. International Finance Corporation (IFC).

- International Monetary Fund. (2022). *The Rapid Growth of Fintech: Vulnerabilities and Challenges for Financial Stability*. International Monetary Fund.
- Investopedia. (2021). *Importance and Components of the Financial Services Sector*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/>
- Kagan, J. (2022). *Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/>
- Kagan, J. (2022). *Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/>
- Karsh, S. A., & Abufara, Y. (2020). The New Era of Financial Technology in Banking Industry. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(4), 1-13.
- Katadata. (2018). *Hanya Separuh Penduduk Dewasa di Indonesia yang Memiliki Rekening*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Kim, J. (2022). *How Traditional Financial Institutions can Survive in A World of Personalization and Rapid Innovationa*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/>
- Kshetri, N. (2018). 1 Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 39, 80-89.
- Mainardes, E. W., & Freitas, N. P. (2023). The effects of perceived value dimensions on customer satisfaction and loyalty: a comparison between traditional banks and fintechs. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 641-662.
- McWaters, R. J. (2015). *The Future of Financial Services*. World Economic Forum.
- McWaters, R. J. (2015). *The Future of Financial Services*. World Economic Forum.

- Mougayar, W., & Buterin, V. (2016). *The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology*. Wiley.
- Pascual, A. G., & Natalucci, F. (2022). *Fast-Moving FinTech Poses Challenge for Regulators*. Retrieved from International Monetary Fund (IMF): <https://www.imf.org/>
- PwC. (2020). *Financial Services Technology 2020 and Beyond: Embracing disruption*. PwC.
- Ross, S. (2021). *How the Financial Services Sector Differs From Banks*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/>
- Scardovi, C. (2017). *Digital Transformation in Financial Services*. Switzerland: Springer.
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2020). Challenges and Trends of Financial Technology(Fintech): A Systematic Literature Review. *information*, 1-20.
- Tamara, N. H. (2020). *Membidik Potensi Pengembangan Bisnis Fintech di Indonesia*. Retrieved from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/>
- Tello-Gamarra, J., Teixeira, D. M., Longaray, A. A., & Hernani, M. (2022). Fintechs and Institutions: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(2), 722-750.
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., . . . Sihombing, F. A. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Walden, S. (2022). *What Is Fintech?* Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/>
- World Bank Financial Institutions Group. (2022). *Fintech and the Future of Finance Overview Paper*. Washington: World Bank Financial Institutions Group.

Zeidy, I. A. (2022). *The Role of Financial Technology (FINTECH) in Changing Financial Industry and Increasing Efficiency in the Economy*. Common Market for Eastern and Southern Africa (COMESA).

Zeidy, I. A. (2022). *The Role of Financial Technology (FINTECH) in Changing Financial Industry and Increasing Efficiency in the Economy*. Common Market for Eastern and Southern Africa (COMESA).

Zhou, W. (2021). *Fintech vs. Traditional financial services: how are investors reacting?* Instituto Universitario De Lisboa (ISCTE).

BAB 5

RESHAPING FINANCIAL SERVICES

Oleh Rusydi Fauzan

5.1 Pendahuluan

Industri jasa keuangan sedang mengalami transformasi besar, dengan teknologi baru dan perubahan perilaku konsumen yang membentuk kembali cara penyampaian produk dan layanan keuangan. Kemajuan teknologi adalah salah satu pendorong paling signifikan dari proses perubahan ini. Perkembangan teknologi baru, seperti kecerdasan buatan dan blockchain, menciptakan peluang baru bagi lembaga keuangan untuk merampingkan operasi mereka, mengurangi biaya, dan menawarkan produk dan layanan baru kepada pelanggan mereka.

Perubahan perilaku dan preferensi konsumen merupakan pendorong utama lain dari pembentukan kembali layanan keuangan. Konsumen saat ini lebih melek digital dan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kenyamanan, transparansi, dan layanan yang dipersonalisasi. Hal ini mendorong pengembangan produk dan layanan digital baru, seperti mobile banking, peer-to-peer lending, dan robo-advisors. Lembaga keuangan yang gagal beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen ini berisiko kehilangan pangsa pasar dari pesaing yang lebih inovatif.

Ekonomi global juga memainkan peran penting dalam membentuk kembali layanan keuangan. Meningkatnya keterkaitan pasar global dan kebangkitan negara-negara berkembang menciptakan peluang dan tantangan baru bagi

lembaga keuangan. Lembaga keuangan harus beradaptasi dengan perubahan lanskap ekonomi global dengan mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan nasabah di berbagai wilayah dan dengan berinvestasi pada teknologi yang dapat membantu mereka bersaing di pasar global.

Salah satu dampak paling signifikan dari kemajuan teknologi pada layanan keuangan adalah munculnya *fintech*, atau teknologi keuangan. Perusahaan-perusahaan *fintech* memanfaatkan teknologi baru untuk mendisrupsi layanan keuangan tradisional dan menawarkan produk dan layanan baru yang inovatif. Perusahaan rintisan *fintech* menggunakan kecerdasan buatan, blockchain, dan teknologi lainnya untuk menciptakan layanan keuangan yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih nyaman yang menarik bagi konsumen yang mencari alternatif selain bank dan lembaga keuangan tradisional.

Sehingga lembaga keuangan yang dapat beradaptasi dengan perubahan ini dan merangkul teknologi baru akan memiliki posisi yang lebih baik untuk bersaing di era baru layanan keuangan ini. Mereka perlu mengembangkan produk dan layanan inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen yang melek digital, merespons perubahan kondisi ekonomi global, dan memanfaatkan teknologi baru untuk merampingkan operasi dan mengurangi biaya.

5.2 Apa itu Reshaping Financial Service

Reshaping financial services (Membentuk kembali layanan keuangan) mengacu pada perubahan dan transformasi yang terjadi di industri layanan keuangan sebagai akibat dari berbagai faktor seperti kemajuan teknologi, perubahan perilaku dan preferensi konsumen, perubahan peraturan, dan kondisi ekonomi. Perubahan-perubahan ini penting karena menciptakan lanskap yang lebih kompetitif, inovatif, dan berfokus pada

pelanggan yang menguntungkan baik bagi konsumen maupun bisnis.

Salah satu pendorong utama dari perubahan bentuk layanan keuangan adalah kemajuan teknologi, khususnya perkembangan teknologi digital. Teknologi digital memungkinkan layanan keuangan diberikan secara lebih efisien dan dengan biaya yang lebih rendah, yang memunculkan penyedia layanan keuangan inovatif seperti fintech dan bank digital. Penyedia layanan ini menawarkan layanan baru dan lebih baik yang lebih cepat, lebih nyaman, dan lebih personal dibandingkan dengan lembaga keuangan tradisional, yang mendorong persaingan dan inovasi dalam industri ini.

Pendorong penting lainnya dari pembentukan kembali layanan keuangan adalah perubahan perilaku dan preferensi konsumen. Konsumen semakin menuntut layanan keuangan yang lebih personal dan nyaman yang dapat diakses kapan saja, di mana saja. Hal ini mendorong pertumbuhan mobile banking, pembayaran digital, dan layanan online lainnya, yang mengubah cara penyampaian dan konsumsi layanan keuangan. Akibatnya, lembaga keuangan tradisional dipaksa untuk beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi tuntutan yang terus berubah ini.

Secara keseluruhan, pembentukan kembali layanan keuangan menjadi penting karena menciptakan lanskap yang lebih dinamis, kompetitif, dan berfokus pada pelanggan yang lebih mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dan bisnis. Dengan merangkul teknologi dan model bisnis baru, lembaga keuangan dapat menawarkan layanan yang lebih inovatif dan efisien, sementara pada saat yang sama mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas. Selain itu, pembentukan kembali layanan keuangan membantu mendorong inklusi dan literasi keuangan, yang penting untuk mencapai pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

5.3 Tujuan Reshaping Financial Service

Terdapat beberapa tujuan perusahaan dalam melaksanakan *Reshaping Financial Service*, menurut (Geng, 2017), (Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002), (Dula and LEE Kuo Chuen, 2018), (Marszk and Lechman, 2021), (Kaabachi, Ben Mrad and Barreto, 2022), dan (Lenglet, 2011), yaitu:

1. *Enhance customer experience.*

Reshaping Financial Service untuk meningkatkan pengalaman nasabah sangatlah penting karena secara langsung berdampak pada kepuasan, loyalitas, dan kesuksesan bisnis. Di era digital saat ini, nasabah mengharapkan pengalaman finansial yang mulus, personal, dan nyaman. Dengan memanfaatkan teknologi, analisis data, dan wawasan pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran mereka, menyediakan antarmuka yang intuitif, dan memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi yang memenuhi preferensi dan kebutuhan pelanggan. Pengalaman pelanggan yang unggul menumbuhkan loyalitas, mendorong retensi pelanggan, dan menarik pelanggan baru, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan keterlibatan, pendapatan yang lebih tinggi, dan keunggulan kompetitif di pasar. Menekankan pengalaman nasabah melalui pembentukan kembali layanan keuangan sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat, mendapatkan kepercayaan nasabah, dan memposisikan perusahaan sebagai pemimpin dalam industri.

2. *Improve operational efficiency.*

Reshaping Financial Service untuk meningkatkan efisiensi operasional sangat penting karena memungkinkan perusahaan untuk merampingkan proses, mengurangi biaya, dan memaksimalkan produktivitas. Dengan memanfaatkan teknologi, otomatisasi, dan wawasan

berbasis data, perusahaan dapat menghilangkan tugas-tugas manual dan berlebihan, meningkatkan efisiensi alur kerja, dan mempercepat pengambilan keputusan. Peningkatan efisiensi operasional juga menghasilkan pengiriman layanan yang lebih cepat, waktu penyelesaian yang lebih singkat, dan pengalaman pelanggan yang lebih mulus. Selain itu, mengoptimalkan efisiensi operasional memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif, mengurangi risiko operasional, dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Pada akhirnya, dengan membentuk kembali layanan keuangan untuk meningkatkan efisiensi operasional, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas, memperoleh keunggulan kompetitif, dan memposisikan diri sebagai pemain yang lincah dan efisien di industri jasa keuangan.

3. *Drive innovation and stay competitive.*

Reshaping financial services untuk mendorong inovasi dan tetap kompetitif sangat penting bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang berubah dengan cepat dan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang. Dengan merangkul teknologi baru, mengeksplorasi tren yang sedang berkembang, dan memupuk budaya inovasi, perusahaan dapat menciptakan penawaran yang berbeda dan bernilai tambah. Mendorong inovasi memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan produk, layanan, dan model bisnis baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dan mengatasi peluang pasar yang muncul. Selain itu, agar tetap kompetitif dalam industri jasa keuangan membutuhkan perbaikan berkelanjutan dan kemampuan untuk mengantisipasi dan merespons gangguan industri. Membentuk kembali layanan keuangan untuk mendorong inovasi memungkinkan perusahaan untuk membedakan diri mereka sendiri, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada

dengan memberikan solusi yang unik dan mutakhir. Hal ini juga memposisikan perusahaan sebagai pemimpin dan pelopor dalam industri, mendorong pertumbuhan, dan memastikan keberlanjutan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

4. *Meet evolving customer expectations.*

Reshaping financial services untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang terus berkembang sangatlah penting karena preferensi dan kebutuhan nasabah terus berubah di pasar yang dinamis saat ini. Dengan memahami dan merespons ekspektasi yang terus berkembang ini, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang dipersonalisasi, nyaman, dan tanpa hambatan yang sesuai dengan pelanggan. Membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan teknologi, analisis data, dan wawasan pelanggan untuk menawarkan solusi yang disesuaikan, antarmuka yang intuitif, dan pengalaman omni-channel. Dengan memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus berkembang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan jangka panjang. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar dengan mengadaptasi penawaran mereka agar selaras dengan preferensi pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.

5. *Increase profitability and revenue growth.*

Reshaping financial services untuk meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan. Dengan mengoptimalkan proses, menggunakan solusi berbasis teknologi, dan menerapkan strategi inovatif, perusahaan dapat mendorong efisiensi operasional dan mengurangi biaya. Hal ini mengarah pada peningkatan profitabilitas

dengan memaksimalkan pendapatan dan meminimalkan biaya. Selain itu, membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi aliran pendapatan baru dan memanfaatkan pasar atau segmen pelanggan yang sedang berkembang. Dengan memperkenalkan produk inovatif, memanfaatkan analisis data untuk pemasaran yang ditargetkan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan retensi pelanggan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan pendapatan. Membentuk kembali layanan keuangan juga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah, tetap kompetitif, dan memanfaatkan peluang untuk ekspansi bisnis, yang semuanya berkontribusi pada profitabilitas yang berkelanjutan dan pertumbuhan pendapatan jangka panjang.

6. *Address regulatory changes and compliance requirements.*

Reshaping financial services untuk mengatasi perubahan peraturan dan persyaratan kepatuhan sangat penting untuk memastikan operasi yang legal dan etis, menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan, dan memitigasi risiko peraturan. Industri jasa keuangan tunduk pada lanskap peraturan yang kompleks dan terus berkembang, dengan undang-undang, peraturan, dan standar kepatuhan baru yang diperkenalkan secara berkala. Dengan membentuk kembali layanan keuangan secara proaktif, perusahaan dapat terus mengikuti perubahan ini, menerapkan kerangka kerja kepatuhan yang kuat, dan menyelaraskan operasi mereka dengan persyaratan terbaru. Hal ini tidak hanya membantu perusahaan menghindari risiko hukum dan reputasi, tetapi juga menunjukkan komitmen mereka terhadap transparansi, integritas, dan praktik keuangan yang bertanggung jawab.

Membentuk kembali layanan keuangan untuk mengatasi perubahan peraturan memungkinkan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan dengan regulator, pelanggan, dan investor, yang mengarah pada peningkatan kredibilitas, hubungan bisnis yang berkelanjutan, dan kelangsungan hidup jangka panjang dalam industri keuangan yang sangat diatur.

7. *Tap into new markets and customer segments.*

Reshaping financial services untuk memasuki pasar dan segmen pelanggan baru sangat penting bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan, memperluas basis pelanggan, dan mendiversifikasi aliran pendapatan. Dengan mengidentifikasi pasar yang belum tersentuh dan memahami kebutuhan dan preferensi unik dari segmen pelanggan yang berbeda, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk secara efektif melayani pasar-pasar tertentu. Hal ini memungkinkan mereka untuk menarik pelanggan baru, menembus wilayah yang sebelumnya belum dijelajahi, dan merebut pangsa pasar. Memasuki pasar dan segmen pelanggan baru juga memberikan peluang untuk melakukan penjualan silang dan peningkatan penjualan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan potensi pendapatan mereka. Selain itu, dengan berekspansi ke pasar baru, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan mereka pada wilayah atau segmen pelanggan tertentu, sehingga meningkatkan ketahanan mereka terhadap fluktuasi pasar dan ketidakpastian ekonomi. Pada akhirnya, membentuk kembali layanan keuangan untuk memasuki pasar dan segmen pelanggan baru membantu perusahaan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, memperluas jangkauan mereka, dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar yang kompetitif.

8. *Foster trust and credibility.*

Reshaping financial services untuk menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas sangat penting karena kepercayaan adalah fondasi dari hubungan yang sukses dengan pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan. Dengan memprioritaskan transparansi, praktik etis, dan perilaku keuangan yang bertanggung jawab, perusahaan dapat membangun dan mempertahankan kepercayaan dengan audiens target mereka. Membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat, mematuhi standar peraturan, dan melindungi data pelanggan, menanamkan kepercayaan pada keandalan dan integritas layanan mereka. Dengan secara konsisten memenuhi janji, memberikan dukungan pelanggan yang sangat baik, dan mengikuti praktik terbaik industri, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat untuk kepercayaan dan kredibilitas. Menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas tidak hanya meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan, tetapi juga menarik pelanggan baru dan memperkuat kemitraan, yang mengarah pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

9. *Embrace technological advancements.*

Reshaping financial services untuk merangkul kemajuan teknologi sangat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi harapan pelanggan di era digital. Teknologi dengan cepat mengubah industri keuangan, dan perusahaan yang gagal merangkul kemajuan ini berisiko tertinggal. Dengan mengadopsi teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan, pembelajaran mesin, blockchain, dan komputasi awan, perusahaan dapat mengotomatisasi proses, meningkatkan kemampuan analisis data, dan memberikan solusi digital yang inovatif. Merangkul kemajuan teknologi

memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang mulus, merampingkan operasi, dan menawarkan produk dan layanan yang dipersonalisasi. Hal ini juga membuka pintu bagi model bisnis, kemitraan, dan aliran pendapatan baru. Membentuk kembali layanan keuangan untuk merangkul teknologi memberdayakan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar, mengoptimalkan operasi, dan memposisikan diri mereka sebagai pemimpin dalam lanskap keuangan digital yang terus berkembang.

10. *Adapt to a digital-first financial landscape.*

Reshaping financial services untuk beradaptasi dengan lanskap keuangan yang mengutamakan digital sangatlah penting bagi perusahaan untuk tetap relevan, memenuhi harapan pelanggan, dan memanfaatkan peluang yang muncul. Meningkatnya prevalensi teknologi digital telah mengubah cara orang berinteraksi dengan layanan keuangan, menjadikan saluran digital sebagai metode interaksi yang lebih disukai oleh banyak pelanggan. Dengan menerapkan pendekatan digital-first, perusahaan dapat menawarkan pengalaman online yang lancar, aplikasi seluler, dan platform digital yang memenuhi kenyamanan dan preferensi nasabah yang melek digital. Beradaptasi dengan lanskap keuangan yang mengutamakan digital juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan analisis data, otomatisasi, dan kecerdasan buatan untuk mengoptimalkan proses, mempersonalisasi penawaran, dan memberikan kampanye pemasaran yang ditargetkan. Hal ini membuka jalan bagi inovasi, kelincahan, dan skalabilitas, sehingga perusahaan dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan memperkenalkan produk dan layanan baru. Membentuk kembali layanan keuangan untuk beradaptasi dengan lanskap yang mengutamakan digital sangat penting bagi perusahaan

untuk tetap kompetitif, menarik pelanggan baru, dan mendorong pertumbuhan jangka panjang dalam industri yang berkembang pesat.

Tujuan akhir dari *reshaping financial services* bagi perusahaan adalah untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang dalam industri yang berkembang pesat. Dengan merangkul inisiatif pembentukan kembali, perusahaan dapat memposisikan diri secara strategis untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar, ekspektasi pelanggan, dan kemajuan teknologi. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif, menangkap peluang baru, dan secara efektif menavigasi persyaratan peraturan. Membentuk kembali layanan keuangan juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, menumbuhkan kepercayaan, dan membangun hubungan yang kuat dengan basis pelanggan mereka. Pendekatan yang berpusat pada pelanggan ini mengarah pada peningkatan kepuasan, loyalitas, dan advokasi pelanggan, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas.

5.4 Manfaat Reshaping Financial Service

Berikut adalah beberapa manfaat penggunaan *Reshaping Financial Service* bagi perusahaan, menurut (Geng, 2017), (Marszk and Lechman, 2021), (Kaabachi, Ben Mrad and Barreto, 2022), (Dula and LEE Kuo Chuen, 2018), yaitu:

1. *Improved customer experience*

Reshaping financial services memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan pengalaman nasabah dengan memanfaatkan teknologi, analisis data, dan penawaran yang dipersonalisasi untuk memberikan pengalaman yang mulus dan nyaman yang memenuhi

harapan nasabah. Hal ini melibatkan pengoptimalan proses, peningkatan saluran digital, dan penyesuaian layanan untuk menciptakan pendekatan yang berpusat pada nasabah, menumbuhkan kepuasan, loyalitas, dan hubungan jangka panjang dengan nasabah (Sarjana *et al.*, 2022) dan (Fauzan, Supryanita and Rahmatika, 2021).

2. *Enhanced customer satisfaction and loyalty*

Reshaping financial services mengarah pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menawarkan pengalaman yang dipersonalisasi, tanpa hambatan, dan nyaman yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi, analisis data, dan wawasan pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran mereka, meningkatkan kualitas layanan, dan membangun hubungan yang kuat, serta menumbuhkan loyalitas dan advokasi pelanggan (Nugraha *et al.*, 2023) dan (Fauzan and Jayanti, 2020).

3. *Increased revenue and profitability*

Reshaping financial services mendorong peningkatan pendapatan dan profitabilitas dengan mengoptimalkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memanfaatkan solusi inovatif untuk menangkap peluang bisnis baru. Dengan menyederhanakan proses, memasuki pasar baru, dan memberikan layanan bernilai tambah, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, dan pada akhirnya meningkatkan laba mereka (Santoso *et al.*, 2023) dan (Fauzan and Sari, 2018).

4. *Competitive advantage*

Reshaping financial services memberikan keunggulan kompetitif dengan memungkinkan perusahaan untuk membedakan diri mereka dari para pesaing melalui solusi inovatif, pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan operasi yang efisien. Dengan tetap menjadi yang terdepan dalam

tren industri, merangkul teknologi yang sedang berkembang, dan beradaptasi dengan perubahan pasar, perusahaan dapat memposisikan diri mereka sebagai pemimpin industri dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lanskap layanan keuangan yang dinamis (Fauzan, Nurhayati and Novia, 2020) dan (Fauzan, 2014).

5. *Expanded market reach and customer base*

Reshaping financial services memfasilitasi perluasan jangkauan pasar dan basis pelanggan dengan memanfaatkan platform digital, merangkul saluran distribusi baru, dan menyesuaikan penawaran untuk menyasar segmen pelanggan tertentu. Dengan memasuki pasar baru, menjangkau audiens yang lebih luas, dan secara efektif berinteraksi dengan pelanggan potensial, perusahaan dapat memperluas jangkauan mereka dan menarik basis pelanggan yang beragam, sehingga mendorong pertumbuhan dan meningkatkan pangsa pasar (Muniarty *et al.*, 2023) dan (Fauzan, A'yun, *et al.*, 2023).

6. *Diversified revenue streams*

Reshaping financial services memungkinkan perusahaan untuk mendiversifikasi aliran pendapatan mereka dengan memperkenalkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan permintaan pasar yang terus berkembang. Dengan memperluas penawaran mereka di luar layanan keuangan tradisional dan mengeksplorasi jalan baru, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendapatan dan menciptakan aliran pendapatan tambahan, yang mengarah pada peningkatan stabilitas dan ketahanan keuangan (Fauzan, Hafidah, *et al.*, 2023) dan (Fauzan, Febrian, *et al.*, 2023).

7. *Adaptation to evolving customer expectations*

Reshaping financial services memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang dengan memanfaatkan teknologi, analisis data, dan wawasan pelanggan untuk memahami dan mengantisipasi kebutuhan pelanggan. Dengan terus mengikuti perubahan preferensi dan memberikan pengalaman yang dipersonalisasi dan disesuaikan, perusahaan dapat memenuhi dan melampaui ekspektasi pelanggan, menumbuhkan kepuasan, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar (Fauzan, Setiawan, *et al.*, 2023) dan (Fauzan, Ekasari, *et al.*, 2023).

8. *Streamlined processes and operational efficiency*

Reshaping financial services menghasilkan proses yang efisien dan efisiensi operasional dengan memanfaatkan teknologi, otomatisasi, dan alur kerja yang dioptimalkan untuk menghilangkan redundansi, mengurangi upaya manual, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Dengan menghilangkan inefisiensi, perusahaan dapat mencapai penghematan biaya, meningkatkan alokasi sumber daya, dan meningkatkan layanan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong tingkat efisiensi operasional dan efektivitas organisasi yang lebih tinggi (Wicaksono *et al.*, 2023) dan (Fauzan, Hakim, *et al.*, 2023).

9. *Cost reduction and resource optimization*

Reshaping financial services mengarah pada pengurangan biaya dan optimalisasi sumber daya dengan memanfaatkan teknologi, otomatisasi, dan proses yang disederhanakan untuk menghilangkan biaya yang tidak perlu, meningkatkan alokasi sumber daya, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengidentifikasi dan menghilangkan inefisiensi, perusahaan dapat mengoptimalkan struktur biaya,

meningkatkan profitabilitas, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif, yang pada akhirnya mengarah pada penghematan keuangan dan peningkatan kinerja secara keseluruhan (Ernayani *et al.*, 2022) dan (Widiana *et al.*, 2023).

10. *Agility and ability to respond to market changes*

Reshaping financial services meningkatkan kelincahan dan kemampuan untuk merespons perubahan pasar dengan mengadopsi model bisnis yang fleksibel, memanfaatkan teknologi, dan mengimplementasikan proses pengambilan keputusan yang efisien. Dengan tetap menjadi yang terdepan dalam tren pasar, merangkul inovasi, dan dengan cepat beradaptasi dengan perubahan permintaan pelanggan, perusahaan dapat memposisikan diri sebagai pemimpin pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lanskap keuangan yang dinamis dan terus berkembang (Fauzan and Rahmadani, 2018) dan (Fauzan, Rizki, *et al.*, 2023).

11. *Regulatory compliance and risk mitigation*

Reshaping financial services meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan dan mitigasi risiko dengan menerapkan sistem, proses, dan kontrol yang kuat yang memastikan kepatuhan terhadap persyaratan peraturan dan meminimalkan potensi risiko keuangan dan reputasi. Dengan secara proaktif menangani kewajiban kepatuhan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan regulator, investor, dan pelanggan, serta mengurangi dampak ketidakpatuhan terhadap operasi dan reputasi mereka (Seto, Fauzan, *et al.*, 2023) dan (Kunda *et al.*, 2023).

12. *Innovation and differentiation*

Reshaping financial services mendorong inovasi dan diferensiasi dengan merangkul teknologi baru, mengeksplorasi model bisnis baru, dan memperkenalkan proposisi nilai unik yang membedakan perusahaan dari

para pesaing. Dengan terus berinovasi dan menawarkan produk, layanan, atau pengalaman pelanggan yang berbeda, perusahaan dapat menonjol di pasar, menarik pelanggan baru, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang mendorong pertumbuhan dan kesuksesan (Fauzan, Daga, *et al.*, 2023) dan (Purnamasari *et al.*, 2023).

13. *Stronger partnerships and collaborations*

Reshaping financial services mengarah pada kemitraan dan kolaborasi yang lebih kuat dengan menciptakan peluang bagi perusahaan untuk terlibat dengan bisnis yang saling melengkapi, penyedia teknologi, atau perusahaan rintisan tekfin. Dengan menjalin aliansi strategis dan memanfaatkan keahlian satu sama lain, perusahaan dapat mengakses pasar baru, memperluas penawaran produk mereka, dan mendorong pertumbuhan bersama, yang pada akhirnya menciptakan jaringan hubungan kolaboratif yang meningkatkan posisi kompetitif dan proposisi nilai mereka (Lasmiatun *et al.*, 2023) dan (Mustanir *et al.*, 2023).

14. *Access to new technologies and tools*

Reshaping financial services memberi perusahaan akses ke teknologi dan alat baru yang memungkinkan mereka berinovasi, mengotomatisasi proses, dan meningkatkan penawaran layanan mereka. Dengan merangkul teknologi baru seperti kecerdasan buatan, blockchain, dan analitik data, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dalam lanskap keuangan yang berubah dengan cepat (Lestari *et al.*, 2022) dan (Rachmat, Widiani, *et al.*, 2023).

15. *Data-driven decision-making*

Reshaping financial services memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data dengan memanfaatkan analitik canggih, pembelajaran mesin, dan

algoritme AI untuk menganalisis data dalam jumlah besar dan mengekstrak wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Dengan memanfaatkan kekuatan data, perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat, mengidentifikasi tren, mengoptimalkan strategi, dan mendorong pertumbuhan bisnis berdasarkan informasi yang akurat dan tepat waktu (Fauzan, Putri, *et al.*, 2023) dan (Fauzan and Sari, 2016).

16. *Enhanced security and fraud prevention*

Reshaping financial services meningkatkan keamanan dan pencegahan penipuan dengan memanfaatkan teknologi canggih, seperti biometrik, enkripsi, dan sistem pendeteksi penipuan berbasis AI, untuk melindungi data pelanggan yang sensitif dan mengidentifikasi aktivitas penipuan secara real-time. Dengan menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat, perusahaan dapat menanamkan kepercayaan pada pelanggan mereka, mengurangi risiko penipuan keuangan, dan menjaga integritas transaksi dan sistem keuangan mereka (Setiawan, Yunus, *et al.*, 2023) dan (Setiawan, Purba, *et al.*, 2023).

17. *Improved scalability and growth potential*

Reshaping financial services memungkinkan peningkatan skalabilitas dan potensi pertumbuhan dengan memanfaatkan solusi berbasis teknologi, proses otomatis, dan model bisnis lincah yang dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar dan mengakomodasi peningkatan volume transaksi. Dengan menggunakan infrastruktur yang dapat diskalakan, perusahaan dapat secara efisien menangani permintaan pelanggan yang terus meningkat, memperluas operasi mereka, dan memanfaatkan peluang pertumbuhan baru, yang mengarah pada ekspansi bisnis yang berkelanjutan dan peningkatan pangsa pasar (Wijaya *et al.*, 2023).

18. *Sustainability and long-term viability*

Reshaping financial services memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan dan kelangsungan jangka panjang dengan mempromosikan praktik-praktik yang sadar lingkungan, investasi yang bertanggung jawab, dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam strategi bisnis mereka, perusahaan dapat meningkatkan reputasi merek mereka, menarik pelanggan yang sadar sosial, dan berkontribusi pada ekosistem keuangan yang lebih berkelanjutan dan tangguh, memastikan keberlangsungan jangka panjang mereka di dunia yang terus berubah (Rachmat, Fauzan, *et al.*, 2023).

19. *Resilience to market fluctuations*

Reshaping financial services meningkatkan ketahanan terhadap fluktuasi pasar dengan memungkinkan perusahaan untuk mendiversifikasi penawaran mereka, mengadopsi model bisnis yang fleksibel, dan memanfaatkan analisis data untuk mengidentifikasi tren yang muncul dan menyesuaikan strategi yang sesuai. Dengan beradaptasi dan responsif terhadap dinamika pasar, perusahaan dapat mengurangi dampak fluktuasi ekonomi, meminimalkan risiko, dan menjaga stabilitas, memastikan kemampuan mereka untuk bertahan dan berkembang dalam kondisi pasar yang menantang (Murdana *et al.*, 2023).

20. *Positioning as a leader in the industry*

Reshaping financial services memungkinkan perusahaan untuk memposisikan diri mereka sebagai pemimpin dalam industri dengan mengadopsi praktik-praktik inovatif, memanfaatkan teknologi mutakhir, dan memberikan pengalaman pelanggan yang unggul. Dengan tetap menjadi yang terdepan dalam tren industri dan menetapkan standar baru, perusahaan dapat membangun reputasi mereka sebagai pemimpin industri, menarik

talenta terbaik, serta mendapatkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan, investor, dan pemangku kepentingan (Seto, Yulianti, *et al.*, 2023).

Reshaping financial services memungkinkan perusahaan untuk mengubah penawaran, proses, dan teknologi mereka untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berubah. Dengan memanfaatkan solusi inovatif, teknologi digital, dan wawasan berbasis data, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang dipersonalisasi, nyaman, dan tanpa hambatan kepada pelanggan mereka. Hal ini mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, peningkatan loyalitas, dan rekomendasi positif dari mulut ke mulut, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan profitabilitas.

5.5 Faktor yang Mempengaruhi *Reshaping Financial Service*

Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *Reshaping Financial Service*, menurut (Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002), (Geng, 2017) dan (Marszk and Lechman, 2021), yaitu :

1. *Technological advancements*

Kemajuan teknologi membentuk kembali industri jasa keuangan dengan meningkatkan kecepatan dan efisiensi transaksi, meningkatkan keamanan, dan memberikan peluang baru untuk inovasi. Teknologi blockchain memungkinkan transaksi terdesentralisasi dan aman yang dapat diproses lebih cepat dan dengan biaya lebih rendah daripada sistem pembayaran tradisional, sementara kecerdasan buatan digunakan untuk memberikan dukungan dan bantuan yang dipersonalisasi kepada pelanggan. Komputasi awan memungkinkan lembaga

keuangan untuk menyimpan dan menganalisis data dalam jumlah besar, sementara teknologi seluler dan digital menyediakan saluran baru untuk memberikan layanan keuangan. Kemajuan-kemajuan ini mendorong pengembangan produk dan layanan keuangan baru yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih nyaman, serta menciptakan tantangan dan peluang baru bagi lembaga keuangan untuk bersaing di pasar yang berubah dengan cepat.

2. *Changing consumer behaviors and preferences*

Perubahan perilaku dan preferensi konsumen membentuk kembali industri jasa keuangan dengan mendorong pengembangan produk dan layanan digital baru yang memenuhi kebutuhan konsumen yang mengerti digital. Konsumen semakin menuntut layanan keuangan yang lebih cepat, nyaman, dan personal yang dapat diakses dari mana saja, kapan saja. Hal ini menyebabkan munculnya perbankan mobile dan digital, serta pengembangan produk dan layanan fintech baru yang menawarkan cara-cara alternatif untuk mengelola uang dan melakukan pembayaran. Lembaga keuangan yang mampu merespons perubahan preferensi konsumen ini dengan menawarkan solusi digital yang inovatif akan memiliki posisi yang lebih baik untuk bersaing di masa depan layanan keuangan.

3. *Financial technology (fintech)*

Teknologi finansial, atau fintech, membentuk kembali industri jasa keuangan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendisrupsi model keuangan tradisional dan menawarkan produk dan layanan baru yang inovatif. Perusahaan rintisan fintech menggunakan teknologi untuk menciptakan solusi baru untuk segala hal, mulai dari pembayaran dan peminjaman hingga asuransi dan manajemen kekayaan. Mereka mampu memanfaatkan analisis data dan pembelajaran mesin untuk membuat

keputusan yang lebih baik, sekaligus menawarkan layanan yang lebih cepat, lebih nyaman, dan lebih personal kepada konsumen. Lembaga keuangan tradisional juga bermitra dengan perusahaan fintech atau berinvestasi dalam teknologi mereka sendiri agar tetap kompetitif dalam lanskap layanan keuangan yang terus berkembang. Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan fintech, fintech kemungkinan akan terus membentuk kembali industri jasa keuangan, menantang model-model tradisional dan membuka peluang-peluang baru untuk inovasi.

4. *Global economy*

Perekonomian global membentuk kembali industri jasa keuangan dengan menciptakan peluang-peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi, sekaligus memperkenalkan risiko dan tantangan baru. Keterkaitan ekonomi global berarti bahwa perubahan di satu wilayah dapat berdampak luas pada pasar keuangan di seluruh dunia. Seiring dengan pasar negara berkembang yang terus tumbuh dan berkembang, lembaga-lembaga keuangan semakin ingin berekspansi ke wilayah-wilayah baru dan memanfaatkan basis nasabah baru. Pada saat yang sama, peristiwa ekonomi global seperti resesi, ketidakstabilan politik, dan bencana alam dapat berdampak signifikan pada pasar keuangan dan stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Akibatnya, lembaga keuangan harus tetap waspada dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar agar tetap kompetitif dan memitigasi risiko dalam ekonomi global yang terus berkembang.

5. *Regulatory changes*

Perubahan regulasi membentuk kembali industri jasa keuangan dengan memperkenalkan peraturan dan persyaratan baru yang berdampak pada cara lembaga keuangan beroperasi. Perubahan regulasi dapat

menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi, tetapi juga dapat menimbulkan risiko kepatuhan dan operasional baru. Demikian pula, peraturan baru seputar *open banking* dan *data sharing* menciptakan peluang baru bagi perusahaan fintech untuk memasuki pasar, namun juga mengharuskan lembaga keuangan untuk menyesuaikan sistem dan proses mereka untuk memenuhi persyaratan baru. Akibatnya, lembaga keuangan harus tetap waspada dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lanskap regulasi agar tetap patuh dan kompetitif di pasar yang berubah dengan cepat.

6. *Economic conditions*

Kondisi ekonomi membentuk kembali industri jasa keuangan dengan menciptakan tantangan dan peluang baru bagi lembaga keuangan. Faktor-faktor ekonomi seperti suku bunga, inflasi, dan pengangguran dapat mempengaruhi permintaan jasa keuangan dan stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Kondisi ekonomi dapat menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi, seperti di pasar negara berkembang atau di industri yang siap untuk tumbuh. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus tetap gesit dan mudah beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi agar tetap kompetitif dan sukses di pasar yang berubah dengan cepat.

7. *Demographic shifts*

Pergeseran demografi membentuk kembali industri jasa keuangan dengan menciptakan permintaan dan harapan baru dari konsumen. Seiring dengan perubahan demografi, lembaga keuangan harus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan yang terus berkembang dari basis pelanggan mereka. Sebagai contoh, seiring dengan bertambahnya usia generasi Baby Boomer, ada peningkatan permintaan untuk perencanaan pensiun dan layanan manajemen kekayaan. Sementara itu, generasi yang lebih

muda lebih melek digital dan menuntut layanan keuangan yang cepat, nyaman, dan personal yang dapat diakses dari mana saja. Hal ini mendorong munculnya mobile banking dan digital banking, serta pengembangan produk dan layanan fintech baru. Lembaga keuangan yang mampu merespons perubahan demografis ini dan menawarkan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang akan memiliki posisi yang lebih baik untuk bersaing di masa depan layanan keuangan.

8. *Investor demand and expectations*

Permintaan dan ekspektasi investor membentuk kembali industri jasa keuangan dengan menciptakan peluang dan tantangan baru bagi lembaga keuangan. Investor semakin fokus pada isu-isu seperti keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan investasi etis, dan menuntut lembaga keuangan untuk menawarkan produk dan layanan investasi yang selaras dengan nilai-nilai mereka. Selain itu, investor menjadi semakin canggih dan menuntut lebih banyak transparansi dan akuntabilitas dari lembaga keuangan, terutama setelah terjadinya skandal besar dan krisis keuangan. Akibatnya, lembaga keuangan harus merespons tuntutan dan ekspektasi investor yang terus berkembang ini dengan menawarkan produk dan layanan investasi inovatif yang memenuhi kebutuhan basis pelanggan yang lebih beragam dan menuntut. Lembaga-lembaga keuangan yang mampu memenuhi ekspektasi ini dan membangun kepercayaan dengan para investor mereka akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk sukses di masa depan layanan keuangan.

9. *Competitive pressures*

Tekanan persaingan membentuk kembali industri jasa keuangan dengan memaksa lembaga keuangan untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif. Persaingan semakin meningkat baik dari kompetitor

tradisional maupun dari pendatang baru seperti perusahaan rintisan (startup) fintech dan perusahaan teknologi besar. Lembaga keuangan yang lambat beradaptasi dengan perubahan permintaan dan preferensi pelanggan, atau yang gagal merangkul teknologi dan model bisnis baru, berisiko kehilangan pangsa pasar ke pesaing yang lebih inovatif dan gesit. Agar tetap kompetitif, lembaga keuangan harus fokus untuk memberikan pengalaman nasabah yang unggul, memanfaatkan data dan analitik untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan mendorong pertumbuhan, serta mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang. Lembaga keuangan yang mampu menavigasi tekanan persaingan ini secara efektif akan berada pada posisi yang lebih baik untuk berkembang di masa depan layanan keuangan.

10. *Societal and environmental concerns.*

Kepedulian sosial dan lingkungan hidup membentuk kembali industri jasa keuangan dengan menciptakan ekspektasi dan tuntutan baru dari nasabah, investor, dan regulator. Nasabah dan investor semakin fokus pada isu-isu seperti keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan investasi yang beretika, serta menuntut lembaga keuangan untuk mengambil peran yang lebih aktif dalam menangani isu-isu ini. Regulator juga meningkatkan fokus mereka pada isu-isu lingkungan, sosial, dan tata kelola, dan mengharuskan lembaga keuangan untuk melaporkan kinerja mereka dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah-masalah yang ada. Sebagai hasilnya, lembaga keuangan harus merespons keprihatinan masyarakat dan lingkungan yang terus berkembang ini dengan mengembangkan dan menawarkan produk dan layanan yang selaras dengan nilai-nilai ini, dan dengan mengadopsi praktik-praktik bisnis yang berkelanjutan yang meminimalkan dampaknya

terhadap lingkungan dan masyarakat. Lembaga-lembaga keuangan yang mampu secara efektif menanggapi keprihatinan ini dan membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingannya akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk berhasil di masa depan jasa keuangan.

Lembaga keuangan yang mampu menavigasi faktor-faktor ini secara efektif dan beradaptasi dengan lanskap yang berubah akan berada pada posisi yang lebih baik untuk berhasil di masa depan layanan keuangan. Hal ini akan mengharuskan lembaga keuangan untuk menjadi inovatif dan gesit, mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang, serta merangkul teknologi dan model bisnis baru yang dapat membantu mereka untuk tetap berada di depan dalam persaingan.

5.6 Langkah-langkah dalam *Reshaping Financial Service*

Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilaksanakan dalam pelaksanaan *Reshaping Financial Service*, menurut (Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002) dan (Dula and LEE Kuo Chuen, 2018), yaitu:

1. *Identifying and analyzing the factors that are driving change in the industry.*

Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mendorong perubahan dalam industri jasa keuangan merupakan langkah awal yang penting dalam membentuk kembali jasa keuangan. Lembaga keuangan harus selalu mendapat informasi dan mengikuti perkembangan teknologi yang sedang berkembang, perubahan preferensi dan perilaku konsumen, pergeseran persyaratan peraturan, serta tren ekonomi dan demografi yang berdampak pada

industri ini. Dengan melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor ini, lembaga keuangan dapat memperoleh wawasan tentang kebutuhan dan ekspektasi nasabah yang terus berkembang, dan dapat mengembangkan strategi untuk mengadaptasi produk dan layanan mereka untuk memenuhi tuntutan yang terus berubah ini. Analisis ini dapat melibatkan penggunaan analisis data, riset pasar, dan konsultasi dengan para pakar industri untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong perubahan dalam industri. Dengan tetap menjadi yang terdepan dan secara proaktif mengidentifikasi serta menganalisis faktor-faktor ini, lembaga keuangan dapat memposisikan diri mereka untuk tetap kompetitif dan sukses dalam lanskap yang terus berubah.

2. *Developing strategies to address these factors, such as investing in new technologies or adapting to changing consumer preferences.*

Mengembangkan strategi untuk mengatasi faktor-faktor yang mendorong perubahan dalam industri jasa keuangan merupakan langkah penting dalam membentuk kembali layanan keuangan. Lembaga keuangan mungkin perlu berinvestasi dalam teknologi baru, seperti blockchain atau kecerdasan buatan, untuk merampingkan proses dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen mungkin memerlukan perubahan dalam penawaran produk atau strategi pemasaran, seperti menekankan saluran digital daripada lokasi fisik tradisional. Strategi juga perlu mempertimbangkan pergeseran persyaratan peraturan dan kondisi ekonomi, seperti perubahan suku bunga atau kebijakan pemerintah. Dengan mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi faktor-faktor ini, lembaga keuangan dapat tetap kompetitif dan memenuhi kebutuhan

dan harapan nasabah yang terus berkembang. Keberhasilan penerapan strategi ini mungkin memerlukan kolaborasi di berbagai departemen dalam organisasi, serta kemitraan dengan pemangku kepentingan eksternal, seperti vendor teknologi atau badan pengatur.

3. *Implementing new products and services that meet the evolving needs of customers.*

Menerapkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang merupakan langkah penting dalam membentuk kembali layanan keuangan. Lembaga keuangan mungkin perlu mengevaluasi kembali penawaran produk dan layanan yang ada, dan mengembangkan penawaran baru yang selaras dengan perubahan preferensi dan perilaku nasabah. Hal ini dapat melibatkan penawaran alat dan layanan digital yang inovatif, seperti platform pembayaran mobile, layanan robo-advisory, atau platform pinjaman online. Hal ini juga dapat mencakup pengembangan produk keuangan baru, seperti produk investasi yang berfokus pada keberlanjutan atau penawaran mata uang kripto. Keberhasilan implementasi produk dan layanan baru mungkin memerlukan kolaborasi di berbagai departemen dalam organisasi, serta kemitraan dengan pemangku kepentingan eksternal, seperti vendor teknologi atau penyedia layanan pihak ketiga. Dengan menerapkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang, lembaga keuangan dapat tetap kompetitif dan relevan dalam lanskap yang terus berubah.

4. *Partnering with other organizations, such as fintech startups, to innovate and stay ahead of the competition.*

Bermitra dengan organisasi lain, seperti perusahaan rintisan fintech, adalah langkah penting lainnya dalam membentuk kembali layanan keuangan. Perusahaan rintisan fintech sering kali berada di garis depan dalam

inovasi teknologi dan dapat memberi lembaga keuangan akses ke teknologi mutakhir dan model bisnis baru. Dengan bermitra dengan perusahaan rintisan fintech, lembaga keuangan dapat memanfaatkan keahlian mereka untuk mengembangkan produk dan layanan yang inovatif dan tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan. Kemitraan ini juga dapat membantu lembaga keuangan untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Namun, kemitraan yang sukses membutuhkan pertimbangan yang cermat terhadap faktor-faktor seperti kesesuaian tujuan dan nilai, integrasi teknologi, dan manajemen risiko. Lembaga keuangan juga harus bersedia menyesuaikan budaya organisasi dan proses bisnis mereka untuk merangkul ide-ide dan pendekatan baru.

5. *Adapting to new regulatory requirements, such as those related to environmental, social, and governance (ESG) issues.*

Beradaptasi dengan persyaratan peraturan baru, seperti yang terkait dengan masalah lingkungan, sosial, dan tata kelola (environmental, social, and governance (ESG)), merupakan langkah penting dalam membentuk kembali layanan keuangan. Lembaga keuangan yang gagal mematuhi peraturan ini berisiko mengalami kerusakan reputasi dan hukuman finansial. Beradaptasi dengan peraturan ini mengharuskan lembaga keuangan untuk mengembangkan kebijakan, proses, dan produk baru yang mengintegrasikan faktor ESG ke dalam proses pengambilan keputusan mereka. Hal ini dapat mencakup investasi dalam teknologi dan keahlian baru untuk menilai risiko dan peluang ESG, berkolaborasi dengan pemangku kepentingan eksternal untuk mengembangkan produk yang berfokus pada ESG, dan melibatkan regulator untuk memastikan kepatuhan. Beradaptasi dengan persyaratan peraturan baru juga dapat memberikan peluang bagi lembaga

keuangan untuk membedakan diri mereka dari para pesaing dan berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

6. *Building a culture of innovation and agility that allows financial institutions to respond quickly to new challenges and opportunities.*

Membangun budaya inovasi dan ketangkasan merupakan faktor penting dalam membentuk kembali layanan keuangan. Pesatnya laju perubahan teknologi dan berkembangnya preferensi konsumen mengharuskan lembaga keuangan untuk gesit dan mudah beradaptasi agar tetap kompetitif. Untuk mencapai hal ini, lembaga keuangan perlu menciptakan lingkungan yang mendorong eksperimentasi, pengambilan risiko, dan belajar dari kegagalan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadopsi metodologi yang lincah, membentuk tim lintas fungsi, dan membina kolaborasi antara berbagai departemen dan mitra eksternal. Dengan membangun budaya inovasi dan ketangkasan, lembaga keuangan dapat tetap menjadi yang terdepan dan mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Hal ini juga dapat membantu lembaga keuangan menarik dan mempertahankan talenta terbaik, karena karyawan akan lebih cenderung terlibat dan termotivasi dalam budaya yang menghargai kreativitas dan inovasi.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, lembaga keuangan dapat menavigasi lanskap industri yang kompleks dan berubah dengan cepat, dan tetap menjadi yang terdepan.

5.7 Strategi atau Metode Untuk Memaksimalkan *Reshaping Financial Service*

Berikut adalah beberapa strategi atau cara yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk memaksimalkan *Reshaping Financial Service*, (Claessens, Glaessner and Klingebiel, 2002), (Geng, 2017) dan (Dula and LEE Kuo Chuen, 2018), yaitu:

1. *Digital Transformation*

Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan-perusahaan dengan memanfaatkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, big data, dan komputasi awan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong inovasi. Perusahaan-perusahaan memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan perjalanan pelanggan yang dipersonalisasi dan tanpa hambatan, merampingkan operasi back-office, dan mengembangkan produk dan layanan keuangan inovatif yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang. Transformasi digital juga telah memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan aksesibilitas terhadap layanan keuangan dengan menawarkan layanan perbankan mobile dan online, menyediakan akses yang mudah terhadap produk dan layanan keuangan, serta meningkatkan keamanan dan langkah-langkah pencegahan penipuan. Secara keseluruhan, transformasi digital telah menjadi faktor pendorong utama bagi perusahaan untuk tetap kompetitif di industri jasa keuangan dan mendorong pertumbuhan serta profitabilitas.

2. *Data Analytics*

Analisis data memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan memungkinkan mereka memanfaatkan data besar

dan analisis untuk mendapatkan wawasan berharga tentang perilaku pelanggan, manajemen risiko, dan kinerja bisnis. Perusahaan menggunakan analitik data untuk mengidentifikasi tren dan pola, membuat keputusan berdasarkan data, dan mengembangkan produk dan layanan keuangan yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka dengan lebih baik. Analisis data juga membantu perusahaan untuk memitigasi risiko dengan mengidentifikasi potensi penipuan dan ancaman keamanan siber, serta mengoptimalkan operasi dengan mengidentifikasi inefisiensi dan area yang perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, analitik data telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif di industri jasa keuangan dengan memanfaatkan data untuk mendorong inovasi, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan meningkatkan profitabilitas.

3. *Open Banking*

Perbankan terbuka memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan memungkinkan mereka menawarkan lebih banyak pilihan dan akses ke layanan keuangan pihak ketiga kepada pelanggan mereka. Dengan memberikan akses kepada pengembang pihak ketiga ke data dan layanan perbankan melalui API terbuka (*open API*), perusahaan dapat menciptakan ekosistem kolaboratif yang mendorong inovasi dan memungkinkan pengembangan produk dan layanan keuangan baru. Hal ini, pada gilirannya, memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka yang terus berkembang dengan lebih baik dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Perbankan terbuka juga membantu mendorong persaingan dalam industri jasa keuangan, karena nasabah dapat dengan mudah berpindah antar penyedia layanan dan

mengambil keuntungan dari penawaran dan penawaran terbaik yang tersedia. Secara keseluruhan, open banking telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan di industri jasa keuangan.

4. *Mobile Banking*

Mobile banking memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan menyediakan layanan keuangan yang nyaman dan mudah diakses kapan saja, di mana saja. Dengan menawarkan layanan mobile banking, termasuk manajemen rekening, transfer uang, dan layanan pembayaran, perusahaan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta preferensi pelanggan yang terus berkembang. Mobile banking juga membantu perusahaan untuk mengurangi biaya dengan merampingkan operasi dan mengurangi kebutuhan akan cabang fisik dan staf. Selain itu, mobile banking memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data berharga tentang perilaku, preferensi, dan riwayat transaksi pelanggan, yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk dan layanan keuangan yang dipersonalisasi. Secara keseluruhan, mobile banking telah menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan memenuhi kebutuhan pelanggan mereka yang terus berubah di era digital.

5. *Cloud Computing*

Komputasi awan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan menyediakan infrastruktur teknologi informasi dan penyimpanan data yang dapat diskalakan, fleksibel, dan hemat biaya. Dengan memindahkan infrastruktur teknologi informasi dan penyimpanan data ke Cloud, perusahaan dapat mengurangi kebutuhan akan

server dan peralatan fisik, serta mengurangi biaya pemeliharaan, peningkatan, dan keamanan. Komputasi awan juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan atau menurunkan skala operasi mereka dengan cepat dan mudah, berdasarkan permintaan, tanpa memerlukan perangkat keras atau peralatan tambahan. Hal ini memungkinkan perusahaan menjadi lebih gesit dan responsif terhadap perubahan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, komputasi awan membantu perusahaan untuk meningkatkan kolaborasi dan berbagi data di seluruh departemen dan dengan mitra eksternal, seperti perusahaan rintisan fintech. Secara keseluruhan, komputasi awan telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong inovasi di industri jasa keuangan.

6. *Customer-Centric Approach*

Pendekatan yang berpusat pada konsumen memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan menempatkan konsumen sebagai pusat dari semua proses pengambilan keputusan. Dengan mengadopsi pendekatan yang berpusat pada konsumen, perusahaan dapat lebih memahami dan memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Hal ini melibatkan pengembangan pemahaman yang mendalam tentang perilaku, preferensi, dan titik-titik permasalahan konsumen, serta memanfaatkan pengetahuan ini untuk mengembangkan produk dan layanan keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Pendekatan yang berpusat pada konsumen juga mencakup penyediaan pengalaman konsumen yang lancar dan terintegrasi di semua titik kontak dan saluran, termasuk mobile banking dan online banking, kantor cabang, dan call center. Secara keseluruhan, pendekatan yang berpusat pada konsumen telah menjadi

alat yang penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan di industri jasa keuangan dengan memberikan pengalaman konsumen yang unggul dan membangun loyalitas konsumen jangka panjang.

7. *Financial Inclusion*

Inklusi keuangan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan-perusahaan dengan mempromosikan akses yang lebih besar terhadap produk dan layanan keuangan untuk populasi yang kurang terlayani dan tidak memiliki rekening bank. Dengan berfokus pada inklusi keuangan, perusahaan dapat memasuki pasar baru dan pasar yang sedang berkembang, serta memperluas basis pelanggan mereka dengan menawarkan produk dan layanan keuangan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi spesifik dari populasi ini. Hal ini mencakup pengembangan produk dan layanan keuangan yang inovatif dan terjangkau, seperti keuangan mikro dan mobile banking, serta menyediakan program edukasi dan literasi keuangan untuk membantu pelanggan lebih memahami cara mengelola keuangan mereka. Dengan mempromosikan inklusi keuangan, perusahaan juga dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, dengan memungkinkan individu dan bisnis untuk mengakses kredit dan modal yang mereka butuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Secara keseluruhan, inklusi keuangan telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan di industri jasa keuangan, sekaligus mendorong inklusi sosial dan ekonomi yang lebih besar.

8. *Collaborative Ecosystem*

Ekosistem kolaboratif memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan mendorong inovasi, kemitraan, dan

pengembangan produk dan layanan keuangan baru. Dengan mengembangkan ekosistem kolaboratif, perusahaan dapat menyatukan para pemangku kepentingan internal dan eksternal, termasuk pelanggan, perusahaan rintisan tekfin, dan lembaga keuangan lainnya, untuk berbagi sumber daya, ide, dan keahlian, serta bekerja sama untuk memecahkan tantangan bersama dan menciptakan peluang baru. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan dan keahlian pihak lain, serta mengakses teknologi dan pasar baru, sekaligus menciptakan pengalaman nasabah yang lebih mulus dan terintegrasi. Selain itu, ekosistem kolaboratif mendorong persaingan dan mendorong inovasi, dengan mendorong pengembangan model bisnis baru dan proposisi nilai yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang. Secara keseluruhan, ekosistem kolaboratif telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan di industri jasa keuangan, sekaligus mendorong inovasi dan kolaborasi yang lebih besar di seluruh industri.

9. *Regulatory Compliance*

Kepatuhan terhadap peraturan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan mempromosikan transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan data pelanggan dan aset keuangan. Dengan mematuhi persyaratan peraturan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Hal ini mencakup penerapan kebijakan dan prosedur kepatuhan yang kuat, serta berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur yang diperlukan untuk memastikan bahwa data pelanggan aman dan terlindungi. Selain itu, kepatuhan terhadap peraturan

membantu perusahaan untuk mengurangi risiko kerusakan hukum dan reputasi, dengan memastikan bahwa mereka mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku, serta menghindari denda dan hukuman yang mahal karena ketidakpatuhan. Secara keseluruhan, kepatuhan terhadap peraturan telah menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan membangun kepercayaan dengan pelanggan, sekaligus mempromosikan transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab yang lebih besar dalam industri jasa keuangan.

10. Blockchain Technology

Teknologi blockchain memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kembali layanan keuangan di perusahaan dengan menyediakan platform yang aman, transparan, dan terdesentralisasi untuk transaksi keuangan dan pencatatan. Dengan memanfaatkan teknologi blockchain, perusahaan dapat menghilangkan perantara, seperti bank dan lembaga kliring, serta mengurangi biaya dan penundaan transaksi keuangan. Teknologi blockchain juga memungkinkan perusahaan untuk memberikan transparansi dan keamanan yang lebih besar dalam transaksi keuangan, dengan membuat catatan yang tidak dapat diubah dari semua transaksi pada buku besar bersama yang dapat diakses oleh semua pihak yang terlibat. Hal ini mengurangi risiko penipuan, kesalahan, dan gangguan, serta memungkinkan perusahaan untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, teknologi blockchain memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan keuangan yang inovatif, seperti mata uang digital dan kontrak pintar, yang memiliki potensi untuk mengganggu pasar keuangan tradisional dan menciptakan peluang bisnis baru. Secara keseluruhan, teknologi blockchain telah menjadi alat penting bagi

perusahaan untuk tetap kompetitif dan mendorong inovasi dalam industri jasa keuangan, sekaligus mempromosikan transparansi, keamanan, dan efisiensi yang lebih besar dalam transaksi keuangan.

Industri jasa keuangan telah mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan adopsi berbagai teknologi dan strategi yang telah membentuk kembali cara penyampaian dan konsumsi jasa keuangan. Perusahaan-perusahaan di industri jasa keuangan menerapkan berbagai strategi, termasuk transformasi digital, analisis data, open banking, mobile banking, komputasi awan, pendekatan yang berpusat pada nasabah, inklusi keuangan, ekosistem kolaboratif, kepatuhan terhadap peraturan, dan teknologi blockchain, untuk tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan di industri ini. Strategi-strategi ini difokuskan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan mempromosikan inovasi dan kolaborasi di seluruh industri.

Dengan mengadopsi strategi-strategi ini, perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mengatasi tantangan yang muncul seperti keamanan siber, kepatuhan terhadap peraturan, dan inklusi keuangan. Secara keseluruhan, keberhasilan penerapan strategi-strategi ini sangat penting bagi perusahaan-perusahaan di industri jasa keuangan untuk tetap kompetitif dan tumbuh dalam lanskap yang berkembang pesat.

5.8 Tren dan Peluang Reshaping Financial Service di Masa Depan

Terdapat beberapa tren dan peluang yang akan semakin berkembang terkait *Reshaping Financial Service* di masa depan yaitu:

1. *Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML) in financial services.*

Perusahaan semakin banyak menggunakan AI dan ML untuk mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan mengotomatiskan tugas-tugas rutin, meningkatkan manajemen risiko, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Algoritma AI dan ML dapat digunakan untuk menganalisis data dalam jumlah besar serta mengidentifikasi pola dan tren, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan meningkatkan efisiensi operasional. Sebagai contoh, chatbot yang didukung AI dapat digunakan untuk memberikan dukungan dan panduan kepada pelanggan, sementara algoritma ML dapat digunakan untuk mendeteksi penipuan dan mengidentifikasi potensi risiko. Dengan mengoptimalkan penggunaan AI dan ML, perusahaan dapat tetap kompetitif, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas layanan keuangan mereka secara keseluruhan.

2. *Personalization of products and services.*

Perusahaan mengoptimalkan personalisasi produk dan layanan keuangan dengan memanfaatkan data dan teknologi untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis data dan pembelajaran mesin untuk mengidentifikasi pola perilaku nasabah dan menyarankan produk atau layanan yang relevan, atau mengembangkan produk yang dapat disesuaikan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah secara spesifik. Personalisasi juga dapat melibatkan penyediaan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan intuitif, seperti menggunakan antarmuka yang dipersonalisasi atau menawarkan dukungan waktu nyata. Dengan mengoptimalkan personalisasi layanan keuangan mereka, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas

pelanggan, membedakan diri mereka dari pesaing, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

3. *Digital identity solutions.*

Perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan menerapkan solusi identitas digital yang menyederhanakan proses penerimaan nasabah dan meningkatkan keamanan. Solusi identitas digital melibatkan penggunaan teknologi canggih, seperti biometrik dan blockchain, untuk mengautentikasi dan memverifikasi identitas pelanggan. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengurangi penipuan, mematuhi persyaratan peraturan, dan menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan aman. Solusi identitas digital juga dapat memungkinkan perusahaan untuk memperluas basis pelanggan mereka dengan menjangkau demografi baru, seperti mereka yang mungkin tidak memiliki bentuk identifikasi tradisional. Dengan mengoptimalkan solusi identitas digital, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional.

4. *Payments innovation.*

Perusahaan-perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan merangkul inovasi pembayaran dan memanfaatkan teknologi baru untuk meningkatkan proses pembayaran. Hal ini dapat mencakup pengembangan saluran pembayaran baru, seperti *mobile payment* dan *contactless payment*, atau menawarkan opsi pembayaran baru, seperti *digital wallet* dan *cryptocurrencies*. Inovasi pembayaran juga dapat melibatkan pengintegrasian sistem pembayaran dengan layanan keuangan lainnya, seperti pinjaman dan asuransi, untuk memberikan pengalaman keuangan yang lebih komprehensif bagi pelanggan. Dengan mengoptimalkan inovasi pembayaran, perusahaan dapat meningkatkan

kecepatan dan keamanan pembayaran, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Inovasi pembayaran juga memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dalam lanskap keuangan yang berkembang pesat dan menarik pelanggan baru yang menghargai kenyamanan dan fleksibilitas dalam pilihan pembayaran mereka.

5. *Increased use of regulatory technology (regtech).*

Perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan memanfaatkan teknologi regulasi (regtech) untuk merampingkan proses kepatuhan dan mengurangi risiko. Regtech melibatkan penggunaan teknologi canggih, seperti AI dan blockchain, untuk mengotomatiskan kepatuhan terhadap peraturan dan meningkatkan manajemen risiko. Sebagai contoh, perusahaan dapat menggunakan solusi regtech untuk secara otomatis memantau transaksi untuk aktivitas yang mencurigakan, atau secara otomatis melaporkan kepatuhan terhadap peraturan kepada pihak berwenang. Regtech juga dapat memungkinkan perusahaan untuk tetap mengikuti perkembangan peraturan dan persyaratan yang berubah, sehingga mengurangi risiko denda atau hukuman. Dengan mengoptimalkan penggunaan regtech, perusahaan dapat mengurangi biaya kepatuhan, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan dengan memastikan kepatuhan terhadap peraturan berjalan mulus dan transparan.

6. *Focus on sustainability and ESG investing.*

Perusahaan-perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan menempatkan fokus yang kuat pada investasi keberlanjutan dan lingkungan, sosial, dan tata kelola (LST) atau *environmental, social, and governance* (ESG). Hal ini mencakup penggabungan kriteria LST ke dalam keputusan investasi mereka dan menawarkan

produk dan layanan investasi berkelanjutan untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat dari para investor yang sadar sosial. Perusahaan dapat mengoptimalkan fokus mereka pada keberlanjutan dan investasi LST dengan melakukan penilaian LST secara menyeluruh, mengintegrasikan pertimbangan LST ke dalam kerangka kerja manajemen risiko mereka, dan secara aktif terlibat dengan para pemangku kepentingan untuk mempromosikan praktik-praktik yang berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan dapat menarik lebih banyak investor, meningkatkan reputasi merek mereka, dan berkontribusi pada ekosistem keuangan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Selain itu, mereka dapat menyelaraskan penawaran keuangan mereka dengan nilai dan preferensi pelanggan yang terus berkembang, dan berkontribusi terhadap dampak lingkungan dan sosial yang positif, sekaligus mendorong kinerja keuangan jangka panjang.

7. *Emergence of open finance.*

Perusahaan-perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan merangkul kemunculan keuangan terbuka, yang memungkinkan pelanggan untuk membagikan data keuangan mereka secara aman kepada penyedia pihak ketiga, sehingga memungkinkan integrasi layanan yang lebih mulus dan mendorong inovasi. Dengan berpartisipasi aktif dalam inisiatif keuangan terbuka, perusahaan dapat memanfaatkan data pelanggan untuk mengembangkan produk dan layanan keuangan yang dipersonalisasi, serta berkolaborasi dengan perusahaan rintisan tekfin dan organisasi lain untuk menciptakan ekosistem keuangan yang lebih saling terhubung dan dapat dioperasikan. Optimalisasi ini melibatkan memastikan langkah-langkah privasi dan keamanan data yang kuat, mematuhi persyaratan peraturan, dan menyediakan

antarmuka yang mudah digunakan bagi pelanggan untuk mengontrol dan mengelola preferensi berbagi data mereka. Dengan merangkul keuangan terbuka, perusahaan dapat memperluas basis pelanggan mereka, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong inovasi dalam industri jasa keuangan.

8. *Growing importance of cybersecurity.*

Perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan menyadari pentingnya keamanan siber dan menerapkan langkah-langkah yang kuat untuk melindungi data dan sistem yang sensitif. Hal ini mencakup investasi dalam teknologi dan praktik keamanan siber yang canggih, melakukan audit dan penilaian keamanan secara rutin, serta mengedukasi karyawan dan pelanggan tentang praktik terbaik keamanan siber. Dengan memprioritaskan keamanan siber, perusahaan dapat melindungi informasi pelanggan, mencegah pelanggaran data dan penipuan keuangan, serta menjaga kepercayaan dan keyakinan terhadap layanan mereka. Selain itu, perusahaan dapat membedakan diri mereka dengan menyoroti komitmen mereka terhadap keamanan siber, menarik pelanggan dan mitra yang sadar akan keamanan. Dengan mengoptimalkan langkah-langkah keamanan siber, perusahaan dapat mengurangi risiko, mematuhi persyaratan peraturan, dan memastikan integritas dan ketersediaan layanan keuangan mereka, yang pada akhirnya membentuk lanskap keuangan yang aman dan tangguh.

9. *Greater emphasis on partnerships and collaboration.*

Perusahaan-perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan memberikan penekanan yang lebih besar pada kemitraan dan kolaborasi, mengakui nilai dari memanfaatkan keahlian dan sumber daya dari pemangku kepentingan eksternal. Dengan membentuk kemitraan strategis dengan perusahaan fintech, penyedia

teknologi, dan lembaga keuangan lainnya, perusahaan dapat mengakses teknologi baru, memperluas penawaran produk mereka, dan meningkatkan layanan mereka. Kolaborasi dengan rekan-rekan industri dan regulator juga mendorong pertukaran pengetahuan dan pengembangan standar industri, yang mengarah pada ekosistem keuangan yang lebih efisien dan inovatif. Mengoptimalkan kemitraan dan kolaborasi melibatkan pembentukan saluran komunikasi yang efektif, berbagi data dengan aman, dan menyelaraskan tujuan dan sasaran. Dengan merangkul kemitraan dan kolaborasi, perusahaan dapat mendorong pertumbuhan bersama, mempercepat inovasi, dan memberikan layanan keuangan yang lebih komprehensif dan tanpa batas kepada pelanggan.

10. Expansion into emerging markets.

Perusahaan-perusahaan mengoptimalkan layanan keuangan mereka dengan melakukan ekspansi secara strategis ke pasar-pasar negara berkembang, menyadari potensi pertumbuhan dan peluang yang belum tersentuh di wilayah-wilayah ini. Hal ini melibatkan pelaksanaan riset pasar, memahami kebutuhan dan preferensi unik nasabah di pasar negara berkembang, dan menyesuaikan produk dan layanan keuangan agar sesuai dengan kebutuhan mereka. Perusahaan juga dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti mobile banking dan solusi pembayaran digital, untuk menyediakan layanan keuangan yang mudah diakses dan nyaman bagi masyarakat yang sebelumnya kurang terlayani. Dengan berekspansi ke pasar negara berkembang, perusahaan dapat mendiversifikasi basis pelanggan mereka, merebut pangsa pasar, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi. Optimalisasi ini membutuhkan adaptasi model bisnis, menavigasi lanskap regulasi, dan membangun kemitraan lokal yang kuat. Pada akhirnya, dengan berekspansi ke pasar negara

berkembang, perusahaan dapat membentuk kembali layanan keuangan dengan mempromosikan inklusi keuangan dan mendorong pemberdayaan ekonomi di wilayah ini.

Perusahaan harus mengambil kesempatan untuk membentuk kembali layanan keuangan mereka karena beberapa alasan kuat. Pertama, lanskap teknologi dan inovasi digital yang terus berkembang secara fundamental mengubah cara penyampaian dan konsumsi layanan keuangan. Perusahaan yang merangkul perubahan ini dapat memanfaatkan kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan, pembelajaran mesin, blockchain, dan komputasi awan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong inovasi. Dengan tetap berada di garis depan kemajuan teknologi, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan tetap relevan dalam industri yang berkembang pesat.

Kedua, ekspektasi dan preferensi pelanggan berkembang dengan cepat, didorong oleh munculnya generasi digital dan perubahan demografi. Nasabah kini menuntut layanan keuangan yang dipersonalisasi, tanpa batas, dan nyaman yang memenuhi kebutuhan unik mereka. Membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk merangkul pendekatan yang berpusat pada nasabah, memanfaatkan analisis data dan wawasan nasabah untuk menyesuaikan produk dan layanan, menawarkan pengalaman yang dipersonalisasi, dan memberikan kepuasan nasabah yang unggul. Dengan memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus berkembang ini, perusahaan dapat membangun hubungan pelanggan yang lebih kuat, menumbuhkan loyalitas, dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar.

Ketiga, lanskap peraturan terus berkembang, dengan peraturan baru dan persyaratan kepatuhan yang diperkenalkan secara teratur. Membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk secara proaktif mengatasi perubahan peraturan ini dan memastikan kepatuhan. Dengan berinvestasi pada solusi teknologi regulasi (regtech) dan menerapkan kerangka kerja manajemen risiko yang kuat, perusahaan dapat memitigasi risiko kepatuhan, meningkatkan transparansi, dan membangun kepercayaan dengan regulator dan pelanggan. Merangkul perubahan regulasi juga memposisikan perusahaan sebagai penyedia layanan keuangan yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya, sehingga meningkatkan reputasi dan posisi mereka di pasar.

Singkatnya, perusahaan harus mengambil kesempatan untuk membentuk kembali layanan keuangan mereka untuk memanfaatkan kemajuan teknologi, memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus berkembang, dan menavigasi perubahan peraturan. Dengan demikian, perusahaan dapat tetap kompetitif, meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong efisiensi operasional, serta menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas dalam lanskap layanan keuangan yang terus berubah. Merangkul inisiatif pembentukan ulang memungkinkan perusahaan untuk tetap menjadi yang terdepan, mendorong inovasi, dan memposisikan diri mereka untuk kesuksesan jangka panjang di industri ini.

5.9 Penutup

Reshaping financial services merupakan proses penting dan berkelanjutan yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi, berinovasi, dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis saat ini. Dengan merangkul transformasi digital, teknologi canggih, dan pendekatan yang berpusat pada pelanggan, perusahaan dapat memperoleh banyak sekali manfaat. Pertama, membentuk kembali layanan keuangan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, memberikan solusi yang dipersonalisasi, tanpa batas, dan nyaman yang memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang. Hal ini akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan advokasi pelanggan, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan bisnis dan profitabilitas.

Reshaping financial services juga meningkatkan efisiensi operasional dengan merampingkan proses, memanfaatkan otomatisasi, dan mengoptimalkan alokasi sumber daya. Hal ini menghasilkan pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan kemampuan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat. Dengan memanfaatkan analisis data, perusahaan dapat membuat keputusan berbasis data, mengidentifikasi peluang baru, dan memitigasi risiko, memastikan kelincahan dan kemampuan beradaptasi dalam lanskap keuangan yang berkembang pesat.

Reshaping financial services juga memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dengan merangkul kemajuan teknologi, mendorong inovasi, dan menjalin kemitraan strategis. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru, mendiversifikasi aliran pendapatan, dan memposisikan diri mereka sebagai pemimpin industri. Selain itu, membentuk kembali layanan keuangan memastikan kepatuhan terhadap persyaratan peraturan, meningkatkan langkah-langkah

keamanan siber, dan berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang dan membangun kepercayaan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan.

Secara keseluruhan, *Reshaping financial services* merupakan perjalanan transformatif yang memberdayakan perusahaan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi, dan beradaptasi dengan lanskap yang berubah dengan cepat. Dengan memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh transformasi digital dan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, perusahaan dapat memposisikan diri mereka untuk meraih kesuksesan jangka panjang, pertumbuhan, dan ketahanan dalam industri jasa keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Claessens, S., Glaessner, T. and Klingebiel, D. (2002) 'Electronic Finance: Reshaping the Financial Landscape Around the World', *Journal of Financial Services Research*, 22(1), pp. 29–61. Available at: <https://doi.org/10.1023/A:1016023528211>.
- Dula, C. and LEE Kuo Chuen, D. (2018) 'Chapter 1 - Reshaping the Financial Order', in D. Lee Kuo Chuen and R.B.T.-H. of B. Deng Digital Finance, and Inclusion, Volume 1 (eds). Academic Press, pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-810441-5.00001-4>.
- Ernayani, R. *et al.* (2022) 'The Influence of Sales and Operational Costs on Net Income in Cirebon Printing Companies', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(2020), pp. 81–86.
- Fauzan, R. (2014) 'Penilaian Kinerja Pada Lembaga Pendidikan Tinggi Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard. Studi Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi', *jurnal ekonomi*, 16(2), pp. 50–60.
- Fauzan, R., Hakim, M.Z., *et al.* (2023) *Auditing*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Hafidah, A., *et al.* (2023) *Ekonomi Manajerial*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., A'yun, K., *et al.* (2023) *Islamic Marketing*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Rizki, M., *et al.* (2023) *Koperasi*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Setiawan, Z., *et al.* (2023) *Manajemen Risiko*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Ekasari, R., *et al.* (2023) *Manajemen Konflik*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

- Fauzan, R., Febrian, W.D., *et al.* (2023) *Manajemen Perpajakan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Daga, R., *et al.* (2023) *Produk dan Merek*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R., Putri, R.D., *et al.* (2023) *Wawasan Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan, R. and Jayanti, A. (2020) 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy Model Pada Usaha Sanjai Nitta Bukittinggi', *Jurnal BONANZA: Manajemen dan Bisnis*, 1(1), pp. 1–12.
- Fauzan, R., Nurhayati, N. and Novia, I. (2020) 'Pengambilan Keputusan Strategis dalam Penentuan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Pendekatan Activity Based Costing. Studi Kasus UMKM Tia Konveksi', *Jurnal PROFITA: Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), pp. 35–46.
- Fauzan, R. and Rahmadani, S. (2018) 'Strategi Pengembangan Agrowisata dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy Model. Studi Kasus Perkebunan Kopi Green Sago Kabupaten 50 Kota', *jurnal ekonomi*, 21(1), pp. 21–33.
- Fauzan, R. and Sari, A.M. (2016) 'Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Cafe Texas Juice Cabang Tengah Jua Kota Bukittinggi)', *jurnal ekonomi*, 20(2), pp. 147–156.
- Fauzan, R. and Sari, R.P. (2018) 'Strategi Pengembangan Taman Marga Satwa dengan Menggunakan SWOT dan QSPM Model. Studi Kasus Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Kota Bukittinggi', *jurnal ekonomi*, 21(2), pp. 120–131.
- Fauzan, R., Supryanita, R. and Rahmatika, R. (2021) 'Analisa Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Daya Saing pada Bisnis Kafe di Kota Bukittinggi (Studi Kasus Kafe Teras Kota)', *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1).

- Geng, D. (2017) 'How technology Is reshaping financial services: Essays on consumer behavior in card, channel and cryptocurrency services', *Singapore Management University* [Preprint].
- Kaabachi, S., Ben Mrad, S. and Barreto, T. (2022) 'Reshaping the bank experience for GEN Z in France', *Journal of Marketing Analytics*, 10(3), pp. 219–231. Available at: <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00173-8>.
- Kunda, A. *et al.* (2023) *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran Dan Operasional*. Global Eksekutif Teknologi.
- Lasmiatun, K. *et al.* (2023) *Manajemen Dan Analisis Data*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Lenglet, M. (2011) 'Conflicting Codes and Codings: How Algorithmic Trading Is Reshaping Financial Regulation', *Theory, Culture & Society*, 28(6), pp. 44–66. Available at: <https://doi.org/10.1177/0263276411417444>.
- Lestari, S.P. *et al.* (2022) *Manajemen Operasional*. Global Eksekutif Teknologi.
- Marszk, A. and Lechman, E. (2021) 'Reshaping financial systems: The role of ICT in the diffusion of financial innovations – Recent evidence from European countries', *Technological Forecasting and Social Change*, 167, p. 120683. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120683>.
- Muniarty, P. *et al.* (2023) *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Global Eksekutif Teknologi.
- Murdana, I.M. *et al.* (2023) *Ekonomi Pariwisata*. Global Eksekutif Teknologi.
- Mustanir, A. *et al.* (2023) *Pemberdayaan Masyarakat*. Global Eksekutif Teknologi.
- Nugraha, D.B. *et al.* (2023) *Sistem Informasi Akuntansi*. Global Eksekutif Teknologi.

- Purnamasari, S. *et al.* (2023) *Manajemen Keuangan Islam*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmat, Z., Widiana, I.N.W., *et al.* (2023) *Kewirausahaan (Suatu Pengantar)*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmat, Z., Fauzan, R., *et al.* (2023) *Manajemen Syariah*. Global Eksekutif Teknologi.
- Santoso, L.W. *et al.* (2023) *Manajemen Sains*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sarjana, S. *et al.* (2022) *Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Setiawan, R., Yunus, A.I., *et al.* (2023) *Etika Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- Setiawan, R., Purba, S., *et al.* (2023) *Manajemen Sumber Daya Internasional*. Global Eksekutif Teknologi.
- Seto, A.A., Yulianti, M.L., *et al.* (2023) *Analisis Laporan Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Seto, A.A., Fauzan, R., *et al.* (2023) *Teori Portofolio & Analisis Investasi*. Global Eksekutif Teknologi.
- Wicaksono, G. *et al.* (2023) *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Global Eksekutif Teknologi.
- Widiana, I.N.W. *et al.* (2023) *Perilaku Dan Budaya Organisasi*. Global Eksekutif Teknologi.
- Wijaya, K. *et al.* (2023) *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Global Eksekutif Teknologi.

BAB 6

CROWDFUNDING DAN PEER TO PEER LENDING

Oleh Arief Yanto Rukmana

6.1 Pendahuluan

Sejak didirikan 22 tahun yang lalu (sekitar tahun 2000), era ekonomi digital telah berkembang pesat, menembus semua aspek masyarakat dan industri. Crowdfunding dan bentuk lain dari keuangan berbasis kerumunan telah melihat penggunaan internet secara luas sebagai mekanisme pendanaan (Akhmad Al Aidhi, 2023; Kuti & Madarász, 2014; Wahjono, Fam, et al., 2021). Kendala bank berupa kesenjangan kredit yang relatif rendah, khususnya bagi UKM, telah mengalihkan perhatian dari perbankan dan pasar modal ke crowdfunding, yang sebelumnya tidak begitu penting. Menurut data yang dihimpun (Fatouh, 2019), hanya sekitar 15% pengajuan pinjaman berasal dari UMKM yang pada akhirnya dibiayai oleh perbankan.

Crowdfunding adalah cara yang relatif baru untuk mengumpulkan uang yang telah menjadi mungkin karena meluasnya penggunaan internet sejak 1990-an. Crowdfunding mendorong partisipasi dari individu dan organisasi dengan mata menuju kesuksesan ekonomi dari perspektif budaya, masyarakat, dan keuntungan finansial. Untuk mencapai tujuan ini, dimungkinkan untuk memotong perantara pendanaan tradisional dengan meminta pembayaran mikro dari audiens online yang besar (Wahjono, Marina, et al., 2021; Yanto Rukmana et al., 2021).

6.2 Crowdfunding dan Peer to Peer Lending

Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer adalah dua bentuk keuangan alternatif yang berkembang pesat dan berkembang yang telah mendapatkan perhatian yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Lenz, 2016). Platform ini memberikan peluang bagi individu dan bisnis untuk mengakses modal di luar sumber pembiayaan tradisional seperti bank atau pemodal ventura (Dalla Chiesa & Handke, 2020). Crowdfunding memungkinkan pengusaha dan usaha kecil untuk mengumpulkan dana dari sejumlah besar individu melalui platform online, sementara pinjaman peer-to-peer memungkinkan individu untuk meminjamkan uang secara langsung kepada individu atau bisnis lain melalui pasar online. Dalam ulasan bab buku ini, akan mengeksplorasi manfaat dan kelemahan dari crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer, serta memeriksa keadaan saat ini dari industri ini dan prospek masa depan mereka (Harto et al., 2021; Moritz & Block, 2016).

6.2.1 Ruang Lingkup dan Keuntungan Crowdfunding

Crowdfunding telah menjadi cara yang semakin populer bagi pengusaha dan usaha kecil untuk mengumpulkan dana bagi proyek dan usaha mereka. Platform crowdfunding memungkinkan pengusaha untuk menyampaikan ide mereka kepada banyak orang, yang kemudian dapat memutuskan untuk berinvestasi atau menyumbangkan uang untuk proyek tersebut. Manfaat crowdfunding sangat banyak. **Pertama**, memungkinkan pengusaha untuk mengakses modal tanpa harus melalui saluran tradisional, yang seringkali sulit dan memakan waktu. **Kedua**, crowdfunding dapat menjadi alat pemasaran yang efektif, karena memungkinkan wirausahawan untuk membangkitkan minat dan minat seputar proyek mereka. **Ketiga**, crowdfunding dapat memberikan umpan balik yang berharga tentang kelangsungan proyek, karena calon investor dapat menawarkan saran dan

kritik. Crowdfunding dapat membantu pengusaha membangun komunitas di sekitar proyek mereka,

Ada kelemahan dari crowdfunding, Salah satu masalah utama adalah sulitnya menonjol di pasar yang ramai, karena sekarang ada ribuan kampanye crowdfunding yang bersaing untuk mendapatkan perhatian. Selain itu, crowdfunding dapat menjadi investasi yang berisiko, karena banyak proyek mungkin tidak berhasil, meninggalkan investor dengan sedikit atau tanpa pengembalian investasi mereka. Akhirnya, crowdfunding dapat memakan waktu dan padat karya, karena pengusaha harus mencurahkan upaya yang signifikan untuk memasarkan dan mengelola kampanye mereka.

6.2.2 Ruang Lingkup dan Keuntungan Peer-to-Peer Lending

Pinjaman peer-to-peer adalah bentuk pembiayaan alternatif yang memungkinkan individu meminjamkan uang secara langsung kepada individu atau bisnis lain melalui pasar online. Platform pinjaman peer-to-peer menawarkan beberapa keuntungan dibandingkan sumber pinjaman tradisional, termasuk suku bunga yang lebih rendah untuk peminjam, pengembalian yang lebih tinggi untuk pemberi pinjaman, dan proses pinjaman yang disederhanakan. Selain itu, pinjaman peer-to-peer dapat membantu mengisi celah yang ditinggalkan oleh bank dan pemberi pinjaman tradisional lainnya, yang mungkin ragu untuk meminjamkan uang kepada individu atau usaha kecil karena risiko yang mereka rasakan.

Salah satu manfaat utama pinjaman peer-to-peer adalah dapat menawarkan pengembalian yang lebih tinggi bagi investor daripada opsi investasi tradisional seperti saham atau obligasi. Selain itu, pinjaman peer-to-peer dapat menjadi cara bagi investor untuk mendiversifikasi portofolio mereka dan mengurangi risiko mereka secara keseluruhan. Bagi peminjam, pinjaman peer-to-peer dapat menawarkan suku bunga yang lebih

rendah daripada pinjaman tradisional, karena tidak ada perantara atau perantara yang terlibat dalam proses peminjaman. Terakhir, pinjaman peer-to-peer dapat memberikan proses peminjaman yang disederhanakan, karena peminjam dapat mengajukan pinjaman secara online dan menerima dana dengan cepat.

Kelemahan pinjaman peer-to-peer, salah satu masalah utamanya adalah sulitnya menilai kelayakan kredit peminjam, karena seringkali informasi yang tersedia tentang sejarah keuangan dan nilai kredit mereka terbatas. Selain itu, pinjaman peer-to-peer dapat menjadi investasi yang berisiko, karena peminjam mungkin gagal membayar pinjaman mereka, meninggalkan pemberi pinjaman dengan sedikit atau tanpa pengembalian investasi mereka. Pinjaman peer-to-peer dapat mengalami perubahan peraturan dan ketidakpastian, yang dapat berdampak pada kelangsungan dan stabilitas industri.

6.3 Case Study Perusahaan Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending yang Berhasil

6.3.1 Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending Luar Negeri

Ada banyak platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer yang sukses yang muncul dalam beberapa tahun terakhir, beberapa di antaranya meliputi:

- A. **Kickstarter**: Ini adalah salah satu platform crowdfunding paling populer, dengan fokus pada proyek kreatif. Ini telah membantu mendanai lebih dari 195.000 proyek dengan janji lebih dari \$6,4 miliar.
- B. **Indiegogo**: Platform crowdfunding populer lainnya yang mendukung proyek kreatif, serta teknologi, dampak sosial, dan usaha kewirausahaan. Ini telah mengumpulkan lebih

dari \$ 1,5 miliar dalam pendanaan untuk lebih dari 800.000 proyek.

- C. **LendingClub**: Ini adalah salah satu platform pinjaman peer-to-peer terbesar, dengan lebih dari \$60 miliar pinjaman yang didanai hingga saat ini. Ini menawarkan pinjaman pribadi dan bisnis dengan suku bunga kompetitif.
- D. **Lingkaran Pendanaan**: Platform pinjaman peer-to-peer yang menyediakan pinjaman untuk usaha kecil. Ini telah meminjamkan lebih dari \$12 miliar untuk bisnis di Inggris, AS, Jerman, dan Belanda.
- E. **Kiva**: Platform pinjaman mikro nirlaba yang memungkinkan individu meminjamkan paling sedikit \$25 kepada pengusaha di negara berkembang. Ini telah memfasilitasi pinjaman lebih dari \$1,5 miliar kepada lebih dari 3,5 juta peminjam di 77 negara.
- F. **Seedrs**: Platform crowdfunding berbasis di Inggris yang memungkinkan investor untuk berinvestasi dalam bisnis pemula dan tahap awal. Ini telah mengumpulkan lebih dari £ 1 miliar untuk lebih dari 1.400 bisnis.
- G. **GoFundMe**: Platform crowdfunding populer yang mendukung tujuan pribadi dan amal, serta proyek kreatif. Ini telah membantu mengumpulkan lebih dari \$10 miliar untuk berbagai tujuan dan proyek.

Daftar tersebut adalah beberapa contoh platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer yang sukses yang telah memberikan dampak signifikan di industri masing-masing.

6.3.2 Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending di Indonesia

Terdapat beberapa platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer yang sukses muncul di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, beberapa di antaranya meliputi:

- A. **KoinWorks**: Platform pinjaman peer-to-peer yang menyediakan pinjaman untuk usaha kecil dan perorangan.

Ini telah memfasilitasi pinjaman lebih dari Rp 3,5 triliun kepada lebih dari 700.000 peminjam.

- B. **Modalku**: Platform pinjaman peer-to-peer lain yang menawarkan pinjaman usaha kepada UKM. Ini telah mendanai pinjaman lebih dari Rp 10 triliun kepada lebih dari 47.000 peminjam.
- C. **Investree**: Platform pinjaman peer-to-peer yang memberikan pinjaman modal kerja kepada UKM. Ini telah mendanai pinjaman lebih dari Rp 12 triliun kepada lebih dari 22.000 peminjam.
- D. **Kitabisa**: Platform crowdfunding yang mendukung tujuan pribadi dan amal, serta proyek dampak sosial. Ini telah membantu mengumpulkan lebih dari Rp 1,7 triliun untuk berbagai tujuan dan proyek.
- E. **WeCare.id**: Platform crowdfunding lain yang berfokus pada penyebab dampak sosial, seperti kesehatan, pendidikan, dan bantuan bencana. Ini telah membantu mengumpulkan lebih dari Rp 400 miliar untuk berbagai tujuan dan proyek.
- F. **Akseleran**: Platform crowdfunding yang memberikan pinjaman kepada UKM. Ini telah mendanai lebih dari Rp 600 miliar pinjaman untuk lebih dari 130 bisnis.

Ini hanyalah beberapa contoh *platform crowdfunding* dan pinjaman *peer-to-peer* yang sukses di Indonesia yang telah memberikan dampak signifikan di industri masing-masing.

6.4 Crowdfunding

6.4.1 Crowdfunding Berbasis Donasi

Crowdfunding berbasis donasi, adalah untuk mengumpulkan kontribusi moneter dari sejumlah besar orang untuk membiayai usaha atau kegiatan, seringkali yang bermanfaat bagi umat manusia, tanpa kontributor

mengantisipasi menerima kompensasi atau menerima imbalan lain (Belleflamme et al., 2015; Rukmana, 2023; Wahjono, Marina, et al., 2021). CFP sekarang menjalankan kampanye penggalangan dana untuk sejumlah besar inisiatif yang berfokus pada kemanusiaan ini untuk memenuhi permintaan zakat, wakaf, dan kontribusi.

Orang yang bertanggung jawab untuk memulai proyek adalah orang yang bertanggung jawab untuk membuat Rencana Proyek, yang merinci kegiatan yang akan dilakukan, sejarah, motif atau persyaratan untuk melaksanakan kegiatan ini, lokasi, serta jumlah waktu dan uang yang diperlukan untuk kegiatan tersebut. Rencana Proyek kemudian diunggah ke portal web Platform Crowdfunding untuk kampanye setelah selesai diproses. Calon penyandang dana yang melihat rencana proyek menggunakan portal akses online yang disediakan oleh CFP akan dipertimbangkan.

Calon Pendana akan mengisi formulir yang menyatakan minat dan keterlibatan mereka dalam Proyek dan mentransfer uang ke rekening yang akan ditugaskan oleh CFP jika ada kecocokan minat yang diungkapkan oleh Proyek. Ketika jumlah uang yang telah ditentukan telah dikumpulkan melalui sumbangan, petugas CFP akan menghubungi Pemrakarsa Proyek agar mereka menandatangani Perjanjian yang menguraikan syarat dan ketentuan tertentu, seperti pembayaran biaya transaksi. Setelah ini, dana akan dipindahkan ke akun di mana mereka dapat digunakan untuk melaksanakan proyek.

6.4.2 Crowdfunding Berbasis Hadiah

Keterlibatan individu atau organisasi dalam proyek atau perusahaan dengan tujuan menerima hadiah seperti yang dijanjikan dalam penggalangan dana kampanye seharusnya menjadi definisi crowdfunding, juga dikenal sebagai crowdfunding berbasis hadiah. Sumbangan sering diatur ke

dalam kategori ketika mengklasifikasikan hadiah yang dijanjikan. Semakin banyak uang yang disumbangkan, semakin diinginkan dan penting hadiahnya.

Tabel 6.2 Perbedaan antara Crowdfunding berbasis Donasi dengan Crowdfunding berbasis Hadiah

	Crowdfunding berbasis Donasi	Crowdfunding berbasis Hadiah
Yang ditawarkan	Proyek	Proyek
Kampanye	Rencana Proyek: Apa, kapan, dimana, mengapa, siapa, ongkos untuk menjalankan proyek.	Rencana Proyek: Apa, kapan, dimana, mengapa, siapa, ongkos untuk menjalankan proyek. Dan hadiah spesifik dalam kuantitas, kualitas, dan waktu diserahkan.
Harapan	Tidak berharap uang kembali dan tidak berharap dapat imbalan.	Berharap dapat imbalan seperti hadiah.

Sumber : (Wahjono, Marina, et al., 2021)

Orang yang memulai proyek selanjutnya bertanggung jawab untuk mengembangkan rencana proyek yang merinci tugas-tugas yang harus diselesaikan, serta sejarah, motif, atau persyaratan yang relevan untuk melakukannya, serta tempat, waktu, dan biaya yang diperlukan untuk kegiatan, serta komitmen tentang jumlah kompensasi dan lamanya waktu yang akan diberikan. Rencana Proyek kemudian diunggah ke portal

web Platform Crowdfunding untuk kampanye setelah selesai diproses.

Calon penyandang dana yang melihat sebuah rencana proyek menggunakan portal akses online yang disediakan oleh CFP akan dipertimbangkan. Calon Pendana akan mengisi formulir yang menyatakan minat dan keterlibatan mereka dalam Proyek, dan kemudian mereka akan mentransfer uang ke rekening yang telah ditetapkan oleh CFP jika ada kecocokan antara kepentingan mereka dan kepentingan yang sedang diadvokasi oleh Proyek.

6.4.3 Crowdfunding Berbasis Pinjaman

Sementara itu, investor mendapatkan uang mereka kembali bersama dengan bunga ketika mereka berpartisipasi dalam crowdsourcing berbasis pinjaman, yang juga disebut crowdfunding berbasis pinjaman. Dimungkinkan untuk meminjamkan uang satu sama lain menggunakan metode ini, yang juga dikenal sebagai pinjaman peer-to-peer atau pinjaman P2P. Bank tradisional tidak diperlukan. Pengembaliannya bersifat moneter, tetapi investor juga mendapatkan keuntungan dari fakta bahwa mereka telah memainkan peran dalam realisasi konsep di mana mereka memiliki keyakinan.

Urun dana berbasis hutang menawarkan beberapa keuntungan bagi peminjam, termasuk akses ke modal tanpa memerlukan bank tradisional atau lembaga pemberi pinjaman, potensi suku bunga lebih rendah daripada pinjaman tradisional, dan kemampuan untuk mengamankan pembiayaan dengan cepat dan mudah. Bagi investor, crowdfunding berbasis utang dapat menawarkan aliran pendapatan tetap yang stabil dan peluang untuk mendiversifikasi portofolio investasi mereka.

Dalam praktik keuangan mikro, sejumlah kecil uang dipinjamkan kepada orang-orang yang sangat miskin, sebagian besar waktu di negara-negara berkembang; Peminjam tidak

dikenakan bunga atas pinjaman, dan pemberi pinjaman diakui atas kontribusi mereka terhadap kebaikan bersama. Karena uang yang dikontribusikan ke proyek crowdfunded (CFP) diharapkan akan dikembalikan dengan bunga di kemudian hari, jenis crowdfunding ini disebut sebagai pinjaman. Sayangnya, bahaya yang terkait dengan crowdsourcing semacam ini agak signifikan.

Di Cina, telah terlihat bahwa debitur mungkin menghilang dengan uang yang diinvestasikan. Sementara itu, kontributor yang telah menyumbangkan dukungan keuangan sebagai demonstrasi dukungan mereka akan memenuhi syarat untuk menerima hadiah nyata sebagai bagian dari semacam crowdsourcing yang dikenal sebagai crowdfunding berbasis hadiah. Menurut penelitian (Wahjono et al. 2021), penggagas atau pemilik perusahaan proyek yang menggunakan crowdfunding semacam ini seringkali adalah pemilik usaha kecil atau organisasi yang tidak memiliki dana untuk memulai ide-ide mereka. Untuk mencegah terlibat dalam riba, perlu, menurut Islam, untuk menerapkan prinsip ini dalam konteks paradigma Murbahah.

6.4.4 Crowdfunding Berbasis Ekuitas

Kategori keempat adalah crowdfunding melalui penjualan ekuitas. Orang-orang berpartisipasi dalam usaha semacam ini dengan menginvestasikan uang mereka dalam berbagai peluang dengan imbalan saham. Saham, atau saham pecahan, dari perusahaan, inisiatif, atau operasi dapat dibeli dengan investasi moneter. Jika mereka menguntungkan, sama seperti dengan jenis saham lainnya (tetapi tidak dengan saham komunitas), nilai saham ini akan naik. Jika tidak, akan ada penurunan nilai (Cahyaningrum et al., 2023; Kuti & Madarász, 2014). Crowdfunding berbasis ekuitas dirancang untuk memenuhi kebutuhan calon investor yang mengantisipasi bahwa nilai uang yang mereka investasikan di perusahaan akan meningkat sebagai akibat langsung dari kepemilikan saham mereka di perusahaan.

Sebagai pemilik perusahaan, tujuan seseorang harus memiliki beberapa tingkat pengaruh atas operasi bisnis sementara juga memenuhi syarat untuk menerima pembayaran dividen setiap tahun dari uang yang dihasilkan.

Dalam jenis urun dana ini, investor menyumbangkan uang untuk bisnis atau usaha dengan imbalan kepemilikan ekuitas di perusahaan. Crowdfunding berbasis ekuitas biasanya digunakan oleh startup dan bisnis tahap awal untuk mengumpulkan modal tanpa memerlukan sumber pendanaan tradisional.

Mekanisme Crowdfunding Berbasis Donasi dan mekanisme Crowdfunding Berbasis Pinjaman agak mirip satu sama lain; Namun, ada banyak perbedaan utama antara keduanya, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7.4.2 Orang yang memulai bisnis menghasilkan rencana bisnis yang merinci operasi yang akan dilakukan, informasi latar belakang, dan motivasi, bersama dengan metrik keuangan tertentu seperti ROI, ROA, ROE, Margin Keuntungan, dan Janji Pembayaran Dividen. Rencana Bisnis kemudian diunggah ke situs kampanye online Platform Crowdfunding ketika telah selesai.

Ini akan dipertimbangkan oleh calon investor yang menggunakan situs akses online CFP untuk memeriksa rencana bisnis. Jika ada kesesuaian antara kepentingan yang dianut oleh Bisnis dan kepentingan Investor Potensial, maka Investor Potensial akan mengisi formulir sebagai tanda minat dan keterlibatan dalam Bisnis, dan mereka akan membayar uang ke akun yang ditunjukkan oleh CFP.

Table 6.4 Perbedaan antara crowdfunding berbasis ekuitas dan crowdfunding berbasis pinjaman tercantum pada Tabel di bawah ini.

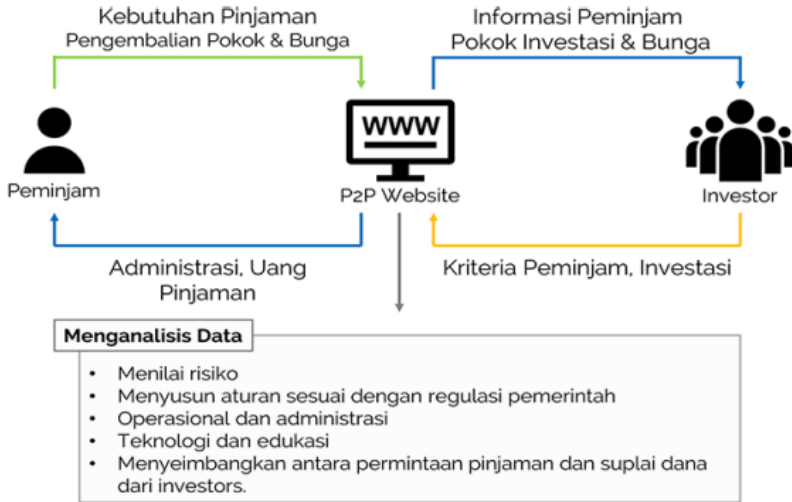
	Crowdfunding berbasis Pinjaman	Crowdfunding berbasis Ekuitas
Yang Ditawarkan	Bisnis	Bisnis
Kampanye	Rencana Bisnis: Apa, kapan, dimana, mengapa, siapa, ongkos untuk menjalankan proyek. Dan secara spesifik bunga, periode pembayaran, waktu tangguh bayar (grace period), dan jadwal angsuran.	Rencana Bisnis: Apa, kapan, dimana, mengapa, siapa, ongkos untuk menjalankan proyek. Dan secara spesifik ROI, ROA, ROE, Profit Margin, Dividend Pay Out Promises, dan Pangsa Pasar.
Harapan	Berharap uang kembali dengan tambahan bunga.	Dividen dan Pertumbuhan Bisnis.

Sumber : (Wahjono, Marina, et al., 2021)

6.5 Peer to Peer Lending

Dalam konteks intermediasi keuangan, platform pinjaman peer-to-peer ada (Wei & Lin, 2017). Ini karena peran yang mereka mainkan sebagai perantara antara dua individu yang menggunakan situs atau aplikasi sebagai pemberi pinjaman dan penerima pinjaman; Singkatnya, situs web dan aplikasi pinjaman peer-to-peer memfasilitasi hubungan keuangan antara dua

pengguna individu platform pinjaman peer-to-peer (Bachmann et al., 2011; Klafft, 2008). Ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 6.5 : garis besar cara kerja platform peer to peer lending

(Sumber: Finansialku.com / <http://goo.gl/LLGI8D>)

Pengoperasian platform pinjaman peer-to-peer di Indonesia dipecah menjadi komponen paling dasar pada Gambar 6.4. Penyedia layanan pinjaman P2P, juga dikenal sebagai manajer platform pinjaman P2P, melakukan operasi bisnis mereka dengan membangun pasar (juga dikenal sebagai tempat pertemuan bagi peminjam dan pemberi pinjaman) di mana pemberi pinjaman memiliki akses melalui platform pinjaman P2P untuk melihat profil calon peminjam (Milne & Parboteeah, 2016).

Di Indonesia, kegiatan usaha yang berkaitan dengan peer-to-peer lending diatur dalam Pasal 5 Bagian dua Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Ketentuan ini berbunyi sebagai berikut: “Penyelenggara menyediakan,

mengelola, dan mengoperasikan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (Sugiarto et al., 2023; Zulkifli, 2023) dari pihak Pemberi Pinjaman kepada pihak Penerima Pinjaman yang sumber dananya berasal dari pihak Penerima Pinjaman.”

Begini cara kerja pembiayaan peer to peer:

A. Prosedur untuk calon peminjam.

Peminjam kemudian akan mengajukan proposal untuk pinjaman setelah mereka mendaftar. Setelah itu, penyedia pinjaman peer-to-peer akan mengevaluasi skor kredit peminjam, riwayat pinjaman, dan jumlah uang yang dibawa peminjam untuk menghitung tingkat bunga pinjaman serta skor peminjam.

B. Prosedur untuk pemberi pinjaman.

Penyedia pinjaman peer-to-peer akan mendapatkan informasi identitas pribadi dari pemberi pinjaman, seperti nama peminjam, nomor pada kartu identitas mereka, nomor rekening, nomor ponsel mereka, dan sebagainya. Setelah peminjam menyelesaikan proses pendaftaran, pemberi pinjaman akan dapat melihat profil peminjam dan membuat keputusan tentang siapa yang akan menerima pinjaman.

C. Prosedur untuk penyelenggara pinjaman peer-to-peer.

Penyelenggara peer-to-peer lending sebagai badan usaha di Indonesia akan mengontrol data pribadi pemberi pinjaman dan juga akan mengelola keuangan pemberi pinjaman selain mengelola data pribadi pemberi pinjaman. Peer-to-peer lending di Indonesia akan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan. Selain itu, penyelenggara akan melakukan pemeriksaan kredit pada calon peminjam.

Biaya layanan akan dinilai untuk orang yang membuat pinjaman dan orang yang menerimanya setiap kali transaksi pinjaman peer-to-peer selesai dengan sukses.

Biaya ini dibayarkan kepada penyedia pinjaman peer-to-peer.

7.5.1 Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang memanfaatkan komoditas dan/atau jasa yang dapat diakses oleh masyarakat, baik untuk kepentingan pribadinya, untuk kepentingan keluarganya, untuk kepentingan orang lain, atau untuk kepentingan makhluk hidup lain, tetapi tidak untuk tujuan penjualan.

Oleh karena itu, sangat jelas bahwa definisi konsumen mencakup berbagai macam orang, termasuk konsumen barang dan jasa, juga disebut sebagai jasa. Layanan dan layanan murni yang terkait dengan pergerakan atau transfer produk adalah dua kategori yang membentuk kategori layanan. Baik berupa layanan dari penyedia layanan transportasi dan layanan perjalanan, maupun layanan yang ditawarkan oleh para profesional, seperti layanan dokter, pengacara, atau penasihat keuangan. Layanan perjalanan juga termasuk dalam kategori ini.

Konsumen mungkin orang, tetapi bisnis yang membeli produk atau layanan juga dihitung sebagai konsumen karena bisnis tersebut adalah orang-orang yang pada akhirnya memanfaatkan barang atau jasa. Konsumen tidak selalu berarti pembeli dalam hubungan jual beli karena konsumen tidak selalu harus memiliki hubungan kontraktual langsung dengan pelaku usaha seperti yang tertuang dalam pepatah *caveat emptor*, mereka yang dianggap konsumen tidak selalu terikat dengan suatu perjanjian, misalnya dalam jual beli, sehingga konsumen tidak selalu berarti pembeli.

Jika istilah "konsumen" digunakan dalam pinjaman peer-to-peer, itu harus dilaksanakan sesuai dengan deskripsi konsumen yang diberikan di atas. Ketika datang ke layanan pinjaman peer to peer, pelanggan adalah pengguna dalam arti bahwa mereka berdua dapat meminjamkan dan meminjam uang. Pengguna peer to peer lending dicirikan sebagai pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi. Secara khusus, istilah-istilah ini digunakan dalam peraturan sebagai berikut:

“Pemberi Pinjaman adalah orang dan/atau badan hukum yang mempunyai piutang karena perjanjian Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi” sementara “Penerima Pinjaman adalah orang, badan hukum, dan/atau badan usaha yang mempunyai utang karena perjanjian Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi informasi.”

Baik orang yang meminjamkan uang dan mereka yang menerima pinjaman dianggap sebagai pelanggan platform pinjaman peer-to-peer karena keduanya memanfaatkan layanannya, yang datang dalam bentuk situs web dan aplikasi seluler.

6.5.2 Pelaku Usaha

Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Republik Indonesia atau yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi disebut sebagai "pelaku usaha." Pelaku usaha dapat ditemukan di berbagai bidang ekonomi, termasuk pertanian, manufaktur, ritel, dan jasa.

Ditegaskan oleh A.Z. Nasution, pemain komersial yang berfungsi sebagai pemasok produk dan jasa sering terlibat dalam kegiatan berikut:

- A. Seseorang atau entitas yang memasok uang untuk memenuhi persyaratan keuangan orang atau entitas lain (investor).
- B. Produsen atau pembuat utang dalam bentuk komoditas atau jasa (produsen), serta
- C. Distributor produk atau penyedia jasa (supplier).

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), pelaku usaha yang dibahas tidak terbatas pada pelaku usaha manufaktur; melainkan, mereka termasuk distributor dan jaringan mereka yang menjalankan fungsi distribusi dan pemasaran barang atau jasa, serta termasuk importir barang kepada masyarakat umum sebagai konsumen dan / atau pengguna barang dan / atau jasa. Selain itu, pelaku usaha yang dibahas tidak harus terlibat langsung dalam produksi barang atau jasa yang sedang dibahas.

Selain itu, pelaku komersial yang terlibat dalam periklanan juga wajib mematuhi aturan perundang-undangan ini. Undang-undang tidak membedakan antara tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha manufaktur dengan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh pelaku usaha distributor, serta batasan yang diberikan kepada keduanya. Hal ini terjadi meskipun pada umumnya operasional seorang pelaku usaha manufaktur dan pelaku usaha distributor berbeda satu sama lain.

UU Perlindungan Konsumen tidak memberikan penjelasan rinci mengenai batas-batas pelaku usaha; namun berdasarkan definisi pelaku usaha yang diberikan di atas, pelaku usaha yang diatur dalam perlindungan konsumen adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, yang mengatur tentang layanan pinjam meminjam uang peer to peer.

Pertama: yaitu bahwa penyelenggara adalah merupakan "badan hukum Indonesia yang termasuk diantaranya menyediakan, mengelola, serta mengoperasikan Layanan Pinjam-Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi."

Kedua, penyelenggara harus berbadan hukum seperti Perseroan Terbatas atau dapat juga Koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa platform pinjaman P2P yang beroperasi di Indonesia sebagai organisasi yang legal serta tunduk pada ketentuan per Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

6.6 Hubungan antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Mereka yang membutuhkan produk atau layanan akan menandatangani kontrak dengan orang-orang di dunia bisnis yang dapat menyediakannya. Akan ada tugas timbal balik yang dihasilkan dari perjanjian ini (Wakil et al., 2022). Sebagai imbalan atas upaya yang diajukan oleh pelaku komersial, pelanggan harus memberikan semacam remunerasi dalam bentuk pasokan produk atau layanan yang diinginkan (AY Rukmana:, 2017; Fkun et al., 2023; Harto et al., 2022). Akan ada hak dan tanggung jawab bagi konsumen dan pelaku usaha sebagai akibat dari hubungan yang saling menguntungkan ini berdasarkan kesepakatan atau kesepakatan (Hakim et al., 2023; Rukmana et al., 2021).

6.6.1 Caveat Emptor.

Caveat Emptor secara harfiah diterjemahkan menjadi "biarkan pembeli berhati-hati" dalam bahasa Latin. Ini mencerminkan fakta bahwa pembeli secara hukum berkewajiban untuk menanggung setiap dan semua risiko yang terkait dengan produk yang mereka peroleh. Pepatah ini mengharuskan perjanjian yang mengikat antara pembeli dan penjual.

Konsumen memiliki hak untuk mengajukan klaim terhadap produsen atau pemasok suatu produk atas segala kerusakan yang mungkin diakibatkan oleh penggunaan produk tersebut. Konsumen agadium ini, bagaimanapun, berada dalam posisi yang lebih buruk daripada produsen, mendorong langkah-langkah untuk melindungi kepentingan mereka. Produsen harus terus-menerus menyadari kerugian yang mungkin dialami pelanggan sebagai akibat dari mengkonsumsi barang yang diproduksi, sehingga pergeseran konsep emptor peringatan ke vendor peringatan (biarkan penjual berhati-hati).

6.6.2 The Due Care Theory

Dapat di sebut juga Duty of Core. Menurut premis panduan teori ini, bisnis memiliki tanggung jawab untuk berhati-hati saat menyebarkan barang dagangan mereka kepada masyarakat umum. Dia dapat membebaskan dirinya dari tanggung jawab atas kehilangan pelanggan dengan mengikuti pendekatan pencegahan ini.

Jika seorang konsumen dirugikan, ia harus dapat menunjukkan bahwa seorang pelaku usaha melanggar prinsip kehati-hatian untuk memulihkan kerusakan. Pasal 1865 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berlaku di bidang hukum perdata, baik menggugat secara wanprestasi maupun tindakan perbaikan terhadap hukum, secara tegas menyatakan pembagian beban pembuktian dalam hukum pembuktian Indonesia, yang

menyatakan bahwa jika salah satu pihak mempermasalahkan hak orang lain atau merujuk pada suatu peristiwa, maka ia wajib membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

6.6.3 The Privity of Contract.

Prinsip hukum The Privity of Contract, "hak istimewa kontrak" menyatakan bahwa hanya pihak-pihak yang berkontrak saja yang secara hukum berkewajiban untuk menegakkan ketentuan-ketentuannya. Ini menyiratkan bahwa pihak ketiga tidak dapat menegakkan kontrak atau tunduk pada tanggung jawab yang dibebankan olehnya, bahkan jika pemenuhan kontrak menghasilkan keuntungan atau beban bagi pihak ketiga.

Jika bisnis memiliki hubungan kontraktual dengan pelanggan, bisnis tersebut harus menghormati hak-hak pelanggan. Agar konsumen dapat menuntut wanprestasi atau pelanggaran kontrak, sementara bisnis dilindungi dari tanggung jawab atas tindakan yang melampaui ruang lingkup kontrak.

6.7 Prospek Masa Depan

6.7.1 Masa Depan Crowdfunding dan Peer-to-Peer Lending

Masa depan crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer kemungkinan akan dibentuk oleh beberapa tren dan perkembangan (Chadijah et al., 2023; Dalla Chiesa & Handke, 2020; Wahjono, Marina, et al., 2021), termasuk:

A. *Regulasi yang meningkat:* Karena crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer terus meningkat popularitasnya, regulator cenderung memberlakukan peraturan dan regulasi yang lebih ketat untuk melindungi investor dan peminjam. Ini dapat meningkatkan biaya dan kerumitan pengoperasian platform ini, tetapi juga akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan dalam industri.

- B. ***Eksansi ke pasar baru:*** Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer telah digunakan terutama di negara maju, tetapi ada peningkatan minat dalam menggunakan platform ini untuk mendanai proyek di pasar negara berkembang. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam volume dana yang terkumpul melalui platform ini.
- C. ***Penggunaan teknologi blockchain yang lebih besar:*** Teknologi Blockchain dapat menawarkan peningkatan keamanan, transparansi, dan efisiensi dalam crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer. Platform yang menggunakan teknologi blockchain cenderung menjadi lebih populer, dan hal ini dapat menyebabkan pengurangan biaya pinjaman dan investasi.
- D. ***Integrasi dengan layanan keuangan lainnya:*** Platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer dapat diintegrasikan dengan layanan keuangan lainnya seperti pemrosesan pembayaran, manajemen investasi, dan asuransi. Ini dapat mempermudah peminjam untuk mengakses berbagai layanan keuangan melalui satu platform.
- E. ***Peningkatan fokus pada investasi berdampak:*** Ada minat yang meningkat dalam investasi berdampak, di mana investor berusaha untuk mencapai keuntungan finansial dan manfaat sosial atau lingkungan. Platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer dapat menjadi saluran penting untuk investasi berdampak, menghubungkan investor dengan bisnis dan proyek yang memiliki dampak sosial atau lingkungan yang positif.

Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer kemungkinan akan terus meningkat popularitasnya dan menjadi sumber pendanaan yang semakin penting bagi bisnis dan individu. Industri ini juga akan menghadapi tantangan dan pengawasan peraturan saat industri tersebut matang dan berekspansi ke pasar baru.

6.7.2 Potensi Inovasi Model Pembiayaan di Masa Depan

Ada beberapa potensi inovasi dan peningkatan yang dapat dilakukan terhadap crowdfunding dan peer-to-peer lending di masa mendatang, antara lain:

- A. ***Pengalaman pengguna yang ditingkatkan***: Platform dapat meningkatkan pengalaman pengguna untuk peminjam dan investor dengan meningkatkan antarmuka pengguna mereka, menyederhanakan proses aplikasi, dan menyediakan opsi pinjaman atau investasi yang lebih disesuaikan.
- B. ***Integrasi AI dan pembelajaran mesin***: Platform dapat menggunakan AI dan pembelajaran mesin untuk menganalisis data peminjam dan investor, memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi, dan mengotomatiskan aspek tertentu dari proses pinjaman atau investasi.
- C. ***Pengenalan model pinjaman baru***: Platform dapat memperkenalkan model pinjaman baru, seperti pinjaman bagi hasil atau pinjaman berbasis royalti, untuk memperluas jangkauan opsi yang tersedia bagi peminjam dan investor.
- D. ***Penggunaan kontrak pintar***: Platform dapat memanfaatkan kontrak pintar untuk mengotomatiskan proses pinjaman atau investasi, menghilangkan perantara, dan mengurangi biaya transaksi.
- E. ***Penciptaan pasar sekunder***: Platform dapat menciptakan pasar sekunder tempat investor dapat memperdagangkan investasi mereka dalam bentuk pinjaman atau bisnis. Ini akan meningkatkan likuiditas dan memberi investor kesempatan untuk keluar dari investasi mereka lebih awal.
- F. ***Pengenalan model hibrid***: Platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer dapat memperkenalkan model hibrid yang menggabungkan aspek dari kedua metode pembiayaan, seperti kampanye crowdfunding yang juga menawarkan opsi pembiayaan ekuitas atau utang.

G. *Keamanan dan transparansi yang ditingkatkan*: Platform dapat menggunakan teknologi blockchain untuk memberikan keamanan dan transparansi yang ditingkatkan, memungkinkan investor untuk melacak aliran dana dan memastikan bahwa peminjam menerima dana yang dijanjikan.

Inovasi dan peningkatan potensial ini dapat membantu meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer, menjadikannya pilihan pembiayaan yang lebih menarik bagi bisnis dan individu (Rukmana, 2023; Sudirjo et al., 2023).

6.7.3 Dampak Pada Sistem Keuangan dan Perbankan Tradisional

Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer telah muncul sebagai alternatif yang layak untuk metode pembiayaan tradisional, seperti pinjaman bank dan dana investasi. Metode baru ini menawarkan beberapa keuntungan, termasuk biaya yang lebih rendah, pendanaan yang lebih cepat, dan transparansi yang lebih besar. Akibatnya, mereka mendapatkan popularitas di kalangan usaha kecil, pemula, dan individu yang kurang terlayani oleh lembaga keuangan tradisional. Namun, pergeseran ke arah pembiayaan alternatif ini juga mengganggu sistem keuangan dan perbankan tradisional. Bank, yang secara tradisional menjadi sumber utama pendanaan untuk bisnis, kini menghadapi persaingan yang semakin ketat dari platform crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer. Akibatnya, bank dipaksa untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan di pasar yang terus berubah. Mereka juga mulai bermitra atau berinvestasi dalam crowdfunding dan platform pinjaman peer-to-peer untuk memanfaatkan sumber pendapatan baru. Selain itu, regulator memantau dengan cermat platform ini untuk memastikan bahwa mereka mematuhi peraturan yang ada dan melindungi investor dan peminjam. Dampak crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer pada sistem keuangan dan perbankan tradisional sangat

signifikan, memaksa lembaga tradisional untuk beradaptasi dengan lanskap persaingan baru (Basha et al., 2021; Hutapea, 2023; Milne & Parboteeah, 2016; Rukmana et al., 2023).

6.8 Kesimpulan

Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer adalah dua metode pembiayaan inovatif yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Crowdfunding melibatkan penggalangan dana dari sejumlah besar orang melalui platform online, sementara pinjaman peer-to-peer melibatkan peminjaman uang dari investor individu melalui platform online. Kedua metode pembiayaan ini menawarkan keuntungan dan kerugian yang unik baik bagi peminjam maupun investor.

Salah satu keuntungan utama dari crowdfunding adalah memungkinkan individu untuk mengumpulkan dana untuk berbagai proyek atau tujuan, dari tujuan amal hingga bisnis pemula. Crowdfunding juga dapat membantu membangkitkan minat dan membangun komunitas di sekitar proyek atau bisnis. Namun, tidak ada jaminan bahwa kampanye crowdfunding akan berhasil, dan beberapa platform membebankan biaya atau mengambil persentase dari dana yang terkumpul.

Pinjaman peer-to-peer, di sisi lain, menawarkan peminjam akses ke pendanaan tanpa harus melalui bank tradisional atau lembaga pemberi pinjaman. Investor dapat memperoleh pengembalian investasi mereka melalui pembayaran bunga, dan peminjam mungkin dapat memperoleh suku bunga yang lebih rendah daripada pinjaman tradisional. Namun, ada risiko gagal bayar bagi peminjam, dan investor mungkin menghadapi risiko kehilangan investasinya jika peminjam gagal membayar pinjaman mereka.

Crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer berpotensi mengganggu metode pembiayaan tradisional dan menawarkan peluang baru bagi peminjam dan investor. Namun, penting untuk mempertimbangkan dengan hati-hati risiko dan manfaat dari setiap metode sebelum berpartisipasi dalam transaksi crowdfunding atau pinjaman peer-to-peer.

Pertumbuhan dalam metode pembiayaan ini, kemungkinan juga akan ada inovasi dan perkembangan baru dalam ruang crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer. Misalnya, penggunaan teknologi blockchain untuk memfasilitasi pinjaman peer-to-peer dan transaksi crowdfunding dapat memberikan tingkat transparansi dan keamanan baru bagi investor dan peminjam.

Meninjau prospek crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer di masa depan cukup menjanjikan, dengan metode pembiayaan ini diperkirakan akan terus berkembang dan matang karena menjadi arus utama dan terintegrasi ke dalam ekosistem keuangan yang lebih luas.

Penelitian dan eksplorasi lebih lanjut di bidang ini dapat membantu memajukan pengembangan dan adopsi crowdfunding dan pinjaman peer-to-peer sebagai metode pembiayaan yang layak untuk berbagai proyek dan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Al Aidhi, M. A. K. H. A. Y. R. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/view/229/160>
- AY Rukmana: (2017). *Analisis Pengaruh Pembelajaran di SMK dan Keahlian Kewirausahaan Terhadap Niat dan Sikap Kewirausahaan Siswa SMK Pelita Bandung*. Doctoral Dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&cluster=6557731586851788273
- Bachmann, A., Becker, A., Buerckner, D., Hilker, M., Kock, F., Lehmann, M., Tiburtius, P., & Funk, B. (2011). Online peer-to-peer lending-a literature review. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 1.
- Basha, S. A., Elgammal, M. M., & Abuzayed, B. M. (2021). Online peer-to-peer lending: A review of the literature. *Electronic Commerce Research and Applications*, 48, 101069.
- Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 33, 11–28.
- Cahyaningrum, A. O., Permana, R. M., & Rukmana, A. Y. (2023). Regulatory Environmental Impact, Contract Law, Intellectual Property Rights, and Taxation of Entrepreneurial Activities in Bandung City. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), 109–121.
- Chadijah, S., Syariatn, N., Rohmiyati, Y., Utomo, J., & Rukmana, A. Y. (2023). A Correlational Study of Gadget Used Towards Reading Interest. *Journal of English Culture, Language, Literature and Education*, 11(1), 59–78.

- Dalla Chiesa, C., & Handke, C. (2020). Crowdfunding. In *Handbook of Cultural Economics, Third Edition*. Edward Elgar Publishing.
- Fkun, E., Yusuf, M., Rukmana, A. Y., Putri, Z. F., & Harahap, M. A. K. (2023). Entrepreneurial Ecosystem: Interaction between Government Policy, Funding and Networks (Study on Entrepreneurship in West Java). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), 77–88.
- Hakim, C., Agustina, T., Rukmana, A. Y., Hendra, J., & Ramadhani, H. (2023). The Influence of Entrepreneurship Intellectual Capital in The Contribution to Economic Growth in The City of Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), 68–76.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRAIBIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/ATRAIBIS.V7I1.546>
- Harto, B., Saymsu, Y. L., Rukmana, A. Y., Komalasari, R., & Dwijayanti, A. (2022). Bibliometric Analysis of Transforming Leadership Education with Artificial Intelligence. In *1st Virtual Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed SCOPUS* (pp. 385–390). Sciendo. <https://doi.org/10.2478/9788366675827-067>
- Hutapea, B. (2023). BAB 5 BENTUK KOMUNIKASI DALAM PENDIDIKAN. *Teori Komunikasi Pembelajaran*, 57.
- Klaft, M. (2008). Online peer-to-peer lending: a lenders' perspective. *Proceedings of the International Conference on E-Learning, E-Business, Enterprise Information Systems, and E-Government, EEE*, 371–375.
- Kuti, M., & Madarász, G. (2014). Crowdfunding. *Public Finance Quarterly*, 59(3), 355.

- Lenz, R. (2016). Peer-to-peer lending: Opportunities and risks. *European Journal of Risk Regulation*, 7(4), 688–700.
- Milne, A., & Parboteeah, P. (2016). *The business models and economics of peer-to-peer lending*.
- Moritz, A., & Block, J. H. (2016). *Crowdfunding: A literature review and research directions*. Springer.
- Rukmana, A. Y. (2023). Achieving Access to External Finance Among Indonesian Entrepreneurs Through Financial Literacy, Financial Inclusion, Availability of Collateral, and Government Policy: A Study on Large Industrial Entrepreneurs in West Java. *The ES Accounting And Finance*, 1(02), 61–71.
- Rukmana, A. Y., Bakti, R., Ma'sum, H., & Sholihannnisa, L. U. (2023). Pengaruh Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengakuan Peluang, dan Jejaring terhadap Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), 89–101.
- Rukmana, A. Y., Gunawan, H., Puspita, H., & Prasetya, R. (2021). *Pengaruh Implementasi Digital Marketing Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Usaha Yang Efektif. 2*.
- Sudirjo, F., Putri, P. A. A. N., Rukmana, A. Y., & Hertini, E. S. (2023). DURING THE COVID-19 PANDEMIC, SOUTH GARUT DEVELOPED A MARKETING PLAN FOR SANSEVIERIA ORNAMENTAL PLANTS. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1066–1075.
- Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96.

- Wahjono, S. I., Fam, S.-F., Pakkanna, M., Rasulong, I., & Marina, A. (2021). Promoting creators intentions: Measurement of crowdfunding performance. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1084–1101.
- Wahjono, S. I., Marina, A., & Kurniawati, T. (2021). *Crowdfunding untuk Danai UKM dan Bisnis Start-Up*. Syiah Kuala University Press.
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., Rukmana, A. Y., & Sihombing, F. A. H. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- Wei, Z., & Lin, M. (2017). Market mechanisms in online peer-to-peer lending. *Management Science*, 63(12), 4236–4257.
- Yanto Rukmana, A., Harto, B., & Gunawan, H. (2021). Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dan Peranan Society 5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan. In *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* (Vol. 13, Issue 1).
- Zulkifli, I. S. F. N. A. Y. R. P. H. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/sek/article/view/87>

BAB 7

MARKET AGGREGATOR

Oleh Endro Supriyanto

7.1 Perkembangan Fintech di Indonesia

Adanya perkembangan teknologi informasi memaksa manusia modern untuk bersikap fleksibel ingin melakukan aktivitasnya secara praktis, cepat dan instan. Bidang keuangan merupakan bidang yang juga terpengaruh oleh kemajuan teknologi itu. Wujud kemajuan teknologi dan informasi di sektor keuangan itu adalah munculnya *financial technology (fintech)*. *Fintech* adalah penggunaan teknologi secara inovatif di bidang keuangan yang ditujukan untuk mempermudah layanan keuangan seperti pemidahanan uang, transaksi, pinjaman, manajemen kekayaan, dan lainnya.

Menurut Amalia dan Purwantini (2022:50) keberadaan teknologi finansial yang mengalami kemajuan saat ini telah membuat masyarakat sangat terbantu dalam memperoleh akses ke produk keuangan dan menyelesaikan transaksi keuangan dengan penyelesaian transaksi finansial dengan cepat dengan memakai teknologi. Transaksi kapan dan dimana saja dapat dilakukan dengan tidak perlu datang langsung ke lembaga keuangan seperti perbankan tradisional di masa yang lalu.

Menurue Ginantra (2020:1) teknologi keuangan adalah industri berdasarkan teknologi dalam layanan keuangan yang memunculkan inovasi-inovasi yang mampu memberikan fasilitas layanan keuangan selain lembaga keuangan yang bersifat tradisional sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses transaksi produk keuangan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *financial technology* merupakan inovasi baru dalam layanan finansial yang mampu mengikuti kemajuan teknologi untuk mempermudah layanan finansial dan membuat efisiensi dan efektifitas sistem finansial menjadi lebih baik

Sekarang ini, keberadaan perusahaan fintech sudah sangat membantu masyarakat umum untuk menyelesaikan transaksi keuangan tanpa rekening giro, seperti kebiasaan bank. Oleh karena itu, masyarakat umum tidak perlu menggunakan identitasnya saat mentransfer uang. Meski *fintech* bukan bank, Bank Indonesia terus mengembangkannya untuk melindungi konsumen atau masyarakat umum.

Perkembangan teknologi keuangan atau *financial technology (fintech)* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap industri keuangan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan *fintech* yang terbaru di Indonesia dimulai dengan perkembangan pembayaran digital yang sudah mengalami kemajuan sangat cepat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sekarang ini, metode pembayaran digital seperti dompet digital, *mobile banking*, dan *e-wallet* semakin banyak digunakan. Contoh *platform fintech* yang populer adalah Go-Pay, Ovo, dan DANA.

Munculnya *fintech* juga telah membantu mempermudah investasi secara online. *Platform* seperti Bareksa, Stockbit, dan Ajaib menawarkan akses mudah dan transparan ke pasar keuangan bagi masyarakat luas. *Fintech* juga telah mengubah cara masyarakat meminjam uang. *Platform peer-to-peer (P2P) lending* seperti KoinWorks dan Investree sehingga memberikan peluang bagi investor meminjamkan secara langsung kepada peminjam, tanpa melalui bank.

Teknologi *blockchain* juga telah membuka peluang baru di industri keuangan. *Blockchain* memungkinkan transaksi yang aman dan transparan dengan biaya rendah, dan dapat digunakan dalam berbagai hal seperti pengiriman uang internasional, pemrosesan klaim asuransi, dan pengelolaan identitas digital.

Khadijah dan Janrosi (2020:49) mengatakan bahwa *financial technology (Fintech)* lahir bersamaan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang sekarang ini didominasi oleh para pengguna teknologi informasi untuk mengatasi tuntutan hidup yang serba cepat. Penggunaan *fintech* dapat memberikan pelayanan perbankan yang maksimal kepada konsumen

7.2 Pengertian Market Aggregator

Pesatnya perkembangan teknologi, kehidupan masyarakat saat ini membutuhkan gerakan yang cepat, efisien dan efektif. Semua penampilan dimulai berubah dari yang dulunya tradisional kini perlahan mulai berubah ke arah digital, terutama dengan biaya yang dapat dikurangi lebih lanjut dengan bantuan implementasi teknologi.

Menurut Rizal, et.al (2018:90) *fintech* memiliki berbagai fitur yang diperkirakan akan mengalami kemajuan yang pesat. Saat ini *fintech* sudah bisa melayani uang elektronik, rekening virtual, *aggregator*, pinjaman, *crowdfunding* dan transaksi keuangan *online* lainnya.

Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2020:3) menyatakan bahwa *Aggregator* adalah website atau aplikasi yang menolong penggunanya untuk memperoleh informasi tentang produk dan atau layanan jasa finansial yang disediakan oleh lembaga jasa keuangan dengan mengumpulkan, menyortir dan atau memadankan informasi produk dan layanan antar lembaga jasa finansial secara elektronik serta memberikan nilai tambah guna

meningkatkan literasi dan inklusi keuangan bagi lembaga jasa finansial dan nasabah, dengan tetap mematuhi peraturan terkait lainnya.

Rahadjeng, et.al (2021: 1347) mengatakan bahwa *market aggregator* adalah *fintech* yang berguna untuk menghimpun bermacam informasi pasar yang dapat dipakai oleh konsumen sesuai dengan kebutuhannya. *Fintech* seperti ini menyediakan perbandingan produk mulai dari harga, fitur, hingga manfaat.

Sederhananya dapat dikatakan bahwa *market aggregator* itu layanan yang mengumpulkan informasi tentang produk atau jasa dari berbagai sumber, dan menawarkan informasi tersebut kepada konsumen dalam satu tempat yang mudah diakses.

Market aggregator dapat membantu penjual atau produsen untuk meningkatkan eksposur dan penjualan produk mereka dengan menempatkan produk mereka pada *platform* yang dapat diakses oleh banyak konsumen. Dengan menggunakan *market aggregator*, penjual atau produsen dapat menjangkau pasar yang lebih besar daripada hanya menggunakan saluran penjualan tradisional.

Market aggregator yang terkenal contohnya adalah *platform e-commerce* seperti Amazon, Alibaba, dan Lazada. Mereka mengumpulkan produk dari berbagai penjual dan produsen, dan menawarkan produk tersebut kepada konsumen dalam satu tempat yang mudah diakses. Ada juga *market aggregator* yang lebih fokus pada produk atau layanan tertentu, seperti *platform* perbandingan harga tiket pesawat atau penginapan seperti Skyscanner dan Agoda.

7.3 Jenis-Jenis Market Aggregator

Banyak masyarakat dari berbagai lapisan yang menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi, komunikasi, bisnis, transportasi, hiburan dan juga finansial. Sehingga keadaan ini yang menjadikan *market aggregator* berkembang di Indonesia.

Menurut Yolanda (2022:1959) *market aggregator* teknologi keuangan biasanya hanya membandingkan berbagai layanan keuangan, bukan layanan keuangan itu sendiri. Misalnya, untuk memastikan bahwa layanan yang dipakai adalah syariah, pengguna akan menentukan sendiri produk layanan keuangan syariah mana yang akan ditampilkan oleh *market aggregator* di situs web mereka atau membandingkannya.

Ada beberapa jenis *market aggregator* yang seringkali dipakai masyarakat untuk keperluan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Keberadaan *market aggregator* di Indonesia bukanlah sebuah hal yang baru lagi. Masyarakat sudah terbiasa menggunakan jenis-jenis *platform market aggregator* tersebut.

Agregator produk yaitu *market aggregator* yang mengumpulkan produk dari berbagai penjual dan menampilkan daftar produk dengan spesifikasi dan harga yang jelas, sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan produk dari beberapa penjual. Contoh dari jenis *market aggregator* ini adalah Priceza, iPrice, Pricebook, dan Pricelist.

Agregator layanan yaitu *market aggregator* yang mengumpulkan informasi dari berbagai penyedia layanan, seperti layanan transportasi, akomodasi, atau layanan keuangan. Contoh dari jenis *market aggregator* ini adalah Traveloka, Agoda, dan GO-JEK.

Agregator jasa yaitu *market aggregator* yang menyediakan jasa untuk menghubungkan konsumen dengan penyedia jasa tertentu, seperti jasa pembersihan, jasa perbaikan, atau jasa pengiriman. Contoh dari jenis *market aggregator* ini adalah GoClean, TukangKirim, dan Amanah.

Agregator konten yaitu *market aggregator* yang mengumpulkan dan menampilkan konten dari berbagai sumber, seperti artikel, video, dan gambar. Contoh dari jenis *market aggregator* ini adalah Google News dan Pinterest.

Agregator *crowdfunding* yaitu *market aggregator* yang mengumpulkan dana dari berbagai investor dan menyalurkannya ke proyek-proyek tertentu yang membutuhkan dana. Contoh dari jenis *market aggregator* ini adalah Kickstarter dan Indiegogo.

Agregator *fintech* merupakan *market aggregator* yang menyajikan informasi tentang fasilitas finansial sehingga mempermudah penggunaannya untuk membandingkan biaya atau harga yang dikeluarkan untuk membayar fasilitas yang digunakan penggunaannya.

Menurut Ardiansyah (2019:162) *market aggregator fintech* membandingkan bermacam-macam data yang berhubungan dengan apa yang dibutuhkan oleh penggunaannya sehingga akan menolong pengguna dalam menentukan fasilitas yang diinginkan. Contoh *market aggregator fintech* di Indonesia adalah Cekaja.com, Cermati.com, DuitPintar.com.

Itulah beberapa jenis *market aggregator* beserta contoh-contohnya yang populer di Indonesia. Tentu saja masih banyak *market aggregator* lain yang bisa diakses oleh konsumen. Pilihan *market aggregator* yang tepat tentu tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing konsumen.

7.4 Perkembangan Market Agregator Di Indonesia

Market aggregator adalah *platform* yang mengumpulkan informasi tentang produk dan layanan dari berbagai penyedia dan membantu konsumen membandingkan dan memilih opsi terbaik. Perkembangan *market aggregator* terus meningkat seiring dengan pertumbuhan *e-commerce* dan digitalisasi bisnis.

Beberapa contoh *market aggregator* yang terkenal di dunia antara lain TripAdvisor untuk perjalanan, Booking.com untuk akomodasi, Skyscanner untuk penerbangan, dan Amazon untuk belanja online. Namun, ada juga *market aggregator* yang lebih spesifik seperti Zillow untuk properti real estate, Cars.com untuk mobil, dan Expedia untuk paket liburan.

Market aggregator di Indonesia terus mengembangkan inovasi teknologi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Contohnya, platform marketplace Bukalapak mengembangkan fitur chat untuk memudahkan komunikasi antara pembeli dan penjual, sementara Gojek telah mengembangkan fitur pembayaran digital dan dompet elektronik.

Market aggregator di Indonesia juga terus memperluas jangkauan pasar mereka dengan menghadirkan produk dan layanan baru. Misalnya, Shopee telah memperluas jangkauan pasar mereka dengan memperkenalkan ShopeePay, layanan dompet elektronik yang memungkinkan pengguna untuk membayar berbagai produk dan layanan di *platform* Shopee.

Market aggregator di Indonesia mendapatkan dukungan kuat dari investor domestik maupun mancanegara. Contohnya, Bukalapak telah menerima investasi dari Microsoft dan Ant Financial, sementara Gojek telah menerima investasi dari Google, Tencent, dan Warburg Pincus. Hal ini menunjukkan bahwa pasar

market aggregator di Indonesia memiliki potensi yang besar dan menarik minat investor global.

Market aggregator di Indonesia terus berkembang dan mengalami kemajuan yang nyata dalam beberapa tahun belakangan ini. Hal ini menunjukkan bahwa pasar *market aggregator* di Indonesia memiliki potensi yang besar dan menarik minat pengguna dan investor. Pada masa depan, diperkirakan *market aggregator* akan semakin berkembang dengan adopsi teknologi *blockchain* yang akan memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi yang lebih aman dan transparan. Perkembangan *market aggregator* juga didukung oleh kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan dan analitik data yang memungkinkan platform tersebut memberikan rekomendasi yang lebih personal dan akurat kepada konsumen.

Penyelenggara *market aggregator* biasanya mendapatkan keuntungan dari komisi yang diterima dari penyedia produk atau layanan ketika pengguna membeli produk atau layanan melalui platform mereka. Selain itu, ada beberapa keuntungan lain yang didapat oleh penyelenggara *market aggregator*, di antaranya meningkatkan visibilitas dan reputasi, serta mempermudah penetrasi pasar. Penyelenggara *market aggregator* dapat memperoleh berbagai keuntungan dalam menjalankan bisnis *platform* mereka, terutama jika *platform* mereka memiliki banyak pengguna dan transaksi. Namun, perlu diingat bahwa penyelenggara *market aggregator* juga harus memperhatikan masalah keamanan, privasi, dan persaingan yang ada di pasar agar dapat mempertahankan keberhasilan *platform* mereka.

7.5 Manfaat Market Aggregator Bagi Konsumen

Market Aggregator memberikan kemudahan untuk konsumen dapat membandingkan harga produk atau layanan yang sama dari berbagai penyedia dalam satu tempat. Hal ini

memungkinkan konsumen untuk memilih penawaran terbaik dan menghemat uang. Tersedianya informasi tentang harga dari berbagai penyedia dalam satu tempat, membuat konsumen dapat membandingkan harga dari berbagai produk atau layanan yang ditawarkan oleh berbagai penyedia, dan memilih yang paling cocok dengan keperluan dan *budget* mereka.

Penggunaan *market aggregator*, menjadikan konsumen dapat menghemat waktu dan usaha dalam mencari produk atau layanan dengan harga yang terbaik. Selain itu, juga ada penawaran diskon dan penawaran khusus yang tidak tersedia pada penyedia lainnya. Oleh karena itu, *market aggregator* memainkan peran penting dalam memudahkan konsumen untuk membandingkan harga dan memilih produk atau layanan yang terbaik untuk mereka.

Market aggregator mampu menyediakan informasi terkait produk atau layanan yang dicari dalam satu tempat. Hal ini dapat mempercepat proses pencarian informasi bagi konsumen dan membantu mereka membuat keputusan yang lebih tepat dalam waktu yang lebih singkat, sehingga konsumen tidak perlu melakukan pencarian informasi secara terpisah di berbagai *website* atau toko *online*.

Market aggregator memberikan akses kepada konsumen untuk membandingkan produk atau layanan yang disediakan oleh banyak penyedia dalam satu tempat. Hal ini memperluas pilihan konsumen dan membantu mereka menemukan produk atau layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Konsumen akan memiliki akses ke berbagai produk atau layanan yang mungkin tidak akan mereka temukan jika hanya mengandalkan toko *online* atau penyedia tertentu.

Market aggregator memungkinkan konsumen dapat membeli produk atau layanan dari berbagai penyedia dalam satu tempat. Hal ini memungkinkan konsumen untuk berbelanja

dengan lebih mudah dan nyaman. *Platform market aggregator* memiliki peran penting dalam memudahkan konsumen dalam berbelanja dengan menyediakan informasi produk yang lengkap termasuk harga, deskripsi produk, fitur, dan spesifikasi. Hal ini mempermudah konsumen dalam menentukan produk yang cocok dengan apa yang mereka butuhkan.

Seringkali *market aggregator* memberikan diskon dan penawaran khusus bagi konsumen. Hal ini memudahkan konsumen untuk memperoleh produk dengan harga yang lebih murah. *Market aggregator* juga menyajikan proses transaksi yang mudah dan aman. Konsumen dapat memilih berbagai metode pembayaran yang disediakan, seperti kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran dengan dompet digital.

Dengan adanya *market aggregator*, konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah dan nyaman. Konsumen juga dapat memilih produk dengan harga dan kualitas yang terbaik, serta memanfaatkan diskon dan penawaran khusus yang disediakan oleh *market aggregator*. *Market aggregator* memainkan peran yang penting dalam meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen dan membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih tepat dan efisien dalam waktu yang lebih singkat.

7.6 Manfaat Market Aggregator Bagi Pelaku Bisnis

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Keuangan, teknologi keuangan adalah pemakaian teknologi dalam sistem keuangan yang membuahkan hasil produk, fasilitas, teknologi, dan atau model bisnis baru dan bisa dapat berakibat pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan kehebatan sistem pembayaran. *Market aggregator* adalah

platform online yang mengumpulkan informasi produk dari beberapa penjual atau *provider* dan menyajikannya dalam satu tempat untuk memudahkan konsumen dalam membandingkan dan memilih produk yang tepat.

Market aggregator juga dapat meningkatkan visibilitas produk atau layanan pebisnis dengan menempatkannya di tempat yang mudah diakses oleh pelanggan potensial. Dalam *platform market aggregator*, produk atau layanan pebisnis mungkin ditampilkan di halaman depan, kategori produk, atau hasil pencarian, sehingga lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial. Dalam *platform market aggregator*, pebisnis dapat dengan mudah mengelola inventaris produk mereka. Dengan satu *dashboard*, mereka dapat memantau stok produk mereka, mengatur harga dan menambah atau menghapus produk dari *platform* dengan mudah.

Market aggregator dapat membantu pebisnis memperluas jangkauan produk mereka dengan menyediakan *platform* untuk menghadirkan produk atau layanan baru yang mungkin tidak akan mereka jual di toko *online* mereka sendiri. Dengan cara ini, pebisnis dapat menguji pasar untuk produk baru tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk membuka toko *online* baru atau memiliki risiko yang lebih tinggi jika produk tidak terjual.

Market aggregator biasanya menyediakan data analitik kepada pebisnis tentang performa produk mereka dalam *platform*. Data ini dapat membantu pebisnis untuk mengetahui preferensi pelanggan, tren pasar, dan kinerja produk mereka dalam *platform*, sehingga mereka dapat mengambil tindakan yang sesuai untuk meningkatkan penjualan.

Bergabung dengan *market aggregator* dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pebisnis dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, memudahkan pengelolaan inventaris, dan menyediakan data analitik.

7.7 Kekurangan Market Aggregator Dan Pengawasan Oleh Pemerintah

Perkembangan *fintech* memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi dan investasi, akses keuangan yang lebih luas, dan penghematan biaya. Namun perkembangan *fintech* juga dapat memberikan risiko baru seperti keamanan data, penyalahgunaan informasi pribadi, dan kegagalan sistem teknologi. Oleh karena itu, regulasi yang tepat dan perlindungan konsumen menjadi penting dalam mengelola perkembangan *fintech*.

Meskipun *market aggregator* dapat membantu konsumen untuk menemukan produk atau layanan dengan harga terbaik, namun tidak selalu memberikan harga yang terbaik. Hal ini dapat terjadi karena beberapa penjual atau produsen mungkin tidak memasukkan produk atau layanan mereka dalam *platform market aggregator*, atau ada biaya tambahan yang tidak terlihat pada harga yang tertera di *platform* tersebut.

Market aggregator cenderung hanya fokus pada harga produk atau layanan, dan tidak selalu mempertimbangkan faktor kualitas dan kepercayaan. Dalam hal ini, konsumen wajib tetap waspada dalam menentukan produk atau layanan yang ditawarkan di *platform market aggregator*, dan melakukan pengecekan terhadap reputasi penjual atau produsen.

Market aggregator seringkali memiliki persaingan yang ketat dengan platform sejenis, sehingga dapat menimbulkan kesulitan bagi penjual dan produsen untuk menawarkan produk atau layanan mereka secara efektif di *platform* tersebut. Hal ini dapat mengurangi penghasilan mereka atau bahkan membuat mereka keluar dari persaingan.

Market aggregator dalam mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, terkadang informasi yang disediakan tidak akurat atau tidak lengkap. Hal ini dapat membingungkan konsumen dalam pengambilan keputusan atau bahkan menimbulkan kerugian finansial jika mereka membeli produk atau layanan yang tidak sesuai dengan informasi yang disediakan.

Hal itu sudah menjadi perhatian dari pemerintah. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2020:6) setiap penyelenggara diharuskan menyediakan dan atau menyampaikan informasi mengenai produk dan atau layanan milik lembaga jasa keuangan dengan akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan pengguna.

Market aggregator cenderung fokus pada transaksi dan penjualan, dan kurang memberikan dukungan kepada konsumen dalam hal pelayanan pelanggan. Hal ini dapat membuat konsumen kesulitan jika terjadi masalah dengan produk atau layanan yang mereka beli dari *platform market aggregator*.

Secara keseluruhan, meskipun *market aggregator* memiliki banyak keuntungan, tetapi juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan. Konsumen, penjual, dan produsen harus melakukan pengecekan yang cermat dan mempertimbangkan dengan hati-hati sebelum menggunakan *platform market aggregator* dalam transaksi bisnis mereka.

Pemerintah perlu memiliki regulasi dan kebijakan yang jelas terkait dengan pengawasan *market aggregator*, termasuk aturan-aturan yang mengatur perlindungan konsumen, persaingan sehat, dan kewajiban penyedia layanan untuk memenuhi standar tertentu. Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam mengatur pasar dan melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak etis. Ini dapat dilakukan dengan menetapkan regulasi yang jelas dan melaksanakan hukuman bagi pelaku bisnis yang melanggar peraturan.

Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2020:5) penyelenggara *market aggregator* wajib memenuhi kewajiban kepada OJK (Otoritas Jasa Keuangan) termasuk namun tidak terbatas pada kewajiban pelaporan, selama menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini akan membantu menjaga kepercayaan konsumen dan memastikan pertumbuhan *market aggregator* yang sehat.

Pemerintah harus memantau praktik bisnis *market aggregator*, termasuk harga yang adil, praktik pemasaran yang tidak jujur, serta perlindungan data dan privasi konsumen agar praktis bisnis lebih sehat. Pemerintah perlu memastikan juga bahwa *platform market aggregator* aman dan andal bagi pengguna, termasuk melalui pengawasan terhadap praktik keamanan *cyber* dan perlindungan data. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2020:7) penyelenggara *market aggregator* diwajibkan memberitahukan kepada pengguna mengenai data pribadi pengguna yang diproses oleh penyelenggara sehubungan dengan pemberian layanan *aggregator*.

Market aggregator memungkinkan penyedia produk atau jasa untuk melacak dan memahami preferensi konsumen dengan lebih baik, memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk keuangan yang lebih inovatif dan relevan untuk kebutuhan konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk keuangan secara keseluruhan.

Market aggregator dapat membantu penyedia produk atau jasa untuk mematuhi peraturan dan standar industri dengan memberikan akses ke informasi terbaru dan memastikan bahwa produk keuangan yang ditawarkan sesuai dengan peraturan dan standar industri yang berlaku. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu industri keuangan untuk memenuhi persyaratan regulasi yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) dan Kelompok Kerja (Pokja) Aggregator, 2020, *Pedoman Perilaku Pemberian Layanan Aggregator Secara Bertanggung Jawab*, November 2020, hal.1-10
- Ardiansyah, Tedy, 2019, *Model Financial dan Teknologi (Fintech) Membantu Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia*", Majalah Ilmiah Bijak, Volume 1, No.2, September 2019, hal 158-166
- Khadijah dan Viola Syukrina E, Janrosi, 2022, *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam*, Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis - Universitas Putra Batam, Volume 8 No.1, Januari 2022, hal 48-55
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 *tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*
- Purwantini, Anissa Hakim dan Amalia, Dea Reza, 2021, *Investigasi Niat Penggunaan Financial Technology Payment Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah*, Jurnal Akuntansi Universitas Jember Vol. 19 No. 1, 2021, hal 35-46
- Rahadjeng, Erna Retno, Sudarmiatin & Hermawan, Agus, 2021, *The Influence Of Financial Technology On The Financial Performance Of MSEs In Malang*, International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed – International Journal Vol-5, Issue-4, 2021, hal.1346-1356
- Rizal, M, Maulina, E, & Kostini, N, 2018, *Fintech Sebagai Salah Satu Solusi pembiayaan Bagi UMKM*, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 3, No.2, Agustus 2018, hal. 89-100

Yolanda, Lusi, 2021, *Finansial Teknologi Berbasis Syariah: Pengaturan Dan Kedudukannya Dalam Hukum Indonesia*, Dharmasisya Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Vol. I No. 4 , Desember 2021, hal 1955-1966

www.credible.com, 10 October 2022, Mengenal Apa itu Aggregator dan Fungsinya bagi Bisnis Online, <https://credible.com/edukasi/topik/kembangkan-bisnis/aggregator-adalah>, diakses 4 April 2023

www.idxchannel.com, 24 Februari 2022, Telah Diawasi OJK, Ini Contoh Fintech Aggregator yang Beroperasi di RI. <https://www.idxchannel.com/economics/telah-diawasi-ojk-ini-contoh-fintech-aggregator-yang-beroperasi-di-ri>, diakses 4 April 2023.

www.kommerce.com, 24 Desember 2022 , Apa Itu Aggregator ? Pengertian, Jenis & Fungsi Bagi Bisnis , diakses 4 April 2023

www.kompas.com, 17 Januari 2023, Wajah Industri Tekfin 2023, <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/01/16/wajah-industri-tekfin-2023>, Diakses pada 3 April 2023

BAB 8

MANAJEMEN RISIKO DAN INVESTASI

Oleh Susilo Setiyawan

8.1 Pendahuluan

Hiruk pikuk PT Asuransi Jiwasraya mengemuka pada awal Februari 2019. Perusahaan asuransi yang berdiri sejak zaman kolonial Belanda dan memiliki sekitar tujuh juta nasabah ini harus menunda pembayaran klaim asuransi dari nasabah JS *Saving Plan* mereka senilai Rp 802 miliar. JS *Saving Plan*, yang diluncurkan sekitar 2014, merupakan produk asuransi PT Asuransi Jiwasraya yang dibalut dengan investasi. Nasabah cukup membayar Rp 100 juta di awal dan bisa menarik imbal hasil dengan persentase tinggi setelah investasi mengendap satu tahun, serta langsung memperoleh perlindungan asuransi selama lima tahun penuh. Sebanyak 17 ribu nasabah ikut dalam program JS *Saving Plan*. Premi asuransi yang diperoleh perusahaan melejit dalam waktu singkat, tapi menimbulkan permasalahan besar ketika klaim-nya mulai jatuh tempo di bulan Oktober 2018.

Begitu pula investasi dan trading kripto yang semakin menarik minat masyarakat. Di lain sisi, banyak juga pihak-pihak tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan kesempatan ini demi keuntungan pribadi mereka. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) pun telah mengingatkan masyarakat untuk terus waspada terhadap berbagai penipuan berkedok investasi. Salah satu contoh kasus risiko investasi kripto yang pernah terjadi adalah *EDCCash* dengan skema piramida yang menjanjikan keuntungan atau bonus pada orang-

orang yang berhasil menarik anggota baru dan menjual koin kepada mereka. Pada tanggal 22 April 2021 lalu, *EDCCash* telah ditetapkan sebagai tersangka penipuan dan penggelapan uang oleh Bareskrim Polri.

Faktor pelemahan nilai tukar rupiah terhadap US\$ yang mempengaruhi laba bersih di setiap emiten, dan juga kenaikan suku bunga acuan Bank Indonesia (*BI Rate*). Adapun saham yang sangat terpengaruh terhadap pelemahan nilai tukar rupiah adalah, PT Indosat Tbk (ISAT). Saham telekomunikasi tersebut terkena dampak 17,9% dari laba bersih, sedangkan pengaruh *BI Rate* hampir sebesar 24% dari raihan laba bersih. Selain ISAT, laba bersih perusahaan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) juga mengalami penurunan hingga 0,9%. dan laba bersih PT Gajah Tunggal Tbk (GJTL) mengalami penurunan 5,9%. Pelemahan rupiah juga menurunkan laba bersih emiten, tapi juga memberikan dampak pada keuntungan emiten. PT Timah Tbk (TINS) mengalami penurunan keuntungan hingga 5,2%, sedangkan PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) mengalami penurunan laba bersih hingga 3,4 %. “Pelemahan mata uang rupiah juga berdampak pada PT Sarana Menara Nusantara Tbk (TOWR) mengalami penurunan laba bersih hingga sebesar 3,9%,”. Ditambahkannya, pelemahan rupiah yang semakin tajam, memang mempengaruhi kinerja emiten, khususnya yang berpendapatan mata uang dolar AS.

Tabel 8.1. Beberapa Contoh Kegagalan Mengelola Risiko

Tahun	Penjelasan
1980-an	<i>Saving Loan (S & L) Association</i> (bank yang memberi pinjaman kredit rumah di Amerika Serikat) mempunyai struktur neraca: memberi kredit rumah dengan bunga tetap jangka panjang (misal 20 tahun), sementara memperoleh dana melalui deposito jangka pendek (misal 1 tahun).

Tahun	Penjelasan
	Struktur semacam itu rentan terhadap risiko perubahan tingkat bunga. Pada waktu tingkat bunga di Amerika Serikat naik signifikan pada tahun 1980-an, banyak S & L yang mengalami masalah dan puluhan S & L bangkrut karenanya.
1995	Bank Duta (Indonesia) mengalami kerugian yang sangat besar karena mereka melakukan perdagangan valas dan mengalami kerugian besar dari perdagangan valas tersebut.
1997	<i>Long Term Capital</i> (LTC), perusahaan investasi di Amerika Serikat, mempunyai posisi pada mata uang Rusia Rubel yang cukup besar. Mereka memperkirakan Rusia tidak akan bangkrut. Tetapi Rusia ternyata bangkrut, mendeklarasikan tidak mampu dan tidak akan membayar utang-utangnya. Akibatnya <i>Long Term Capital</i> mengalami kerugian yang sangat besar, sekitar \$3,5 miliar, dan pada akhirnya LTC terpaksa bangkrut. 2001
2001	Enron merupakan perusahaan yang memperdagangkan energi (jual beli energi). Mereka juga masuk ke kontrak <i>derivative energy</i> . Usaha mereka cukup kompleks sehingga transparansi menjadi lebih sulit. Transparansi yang kompleks dimanfaatkan untuk menjalankan sistem akuntansi yang tidak wajar. Di samping itu, Enron melakukan beberapa manuver agar laporan keuangannya kelihatan baik. Akhirnya investor mengetahui trik-trik mereka. Keuntungan mereka yang sesungguhnya ternyata tidak sebesar yang dilaporkan. Harga saham Enron jatuh dari \$80 per lembar menjadi hanya \$0,5. Mereka mempunyai

Tahun	Penjelasan
	kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Mereka tidak bisa memperoleh bantuan dana. Tidak ada yang percaya dengan mereka. Enron akhirnya bangkrut.

Sumber : Hairul, 2020

Beberapa contoh di atas merupakan kasus-kasus mengelola risiko. Risiko berinvestasi baik dari perspektif investor ataupun perusahaan. Sementara kehidupan di dunia fana ini membutuhkan perkembangan yang lebih baik dibanding sebelumnya. Pada prinsipnya kehidupan adalah sebuah risiko. Jika ingin hidup lebih baik harus berani ambil risiko. Jika ingin sukses harus berani mengambil risiko. Kita harus mengerti dalam hidup bahwa dalam hidup tidak akan pernah ada tempat dan aktivitas bebas risiko. Maka dalam kehidupan dunia yang fana ini, tidak ada sesuatu yang pasti dalam kehidupan ini kecuali mati. Demikian pula, apa yang kita hadapi pada masa yang akan datang penuh misteri serba ketidakpastian. Ketika memutuskan untuk menikah, terjun dalam dunia bisnis, memutuskan untuk studi, membeli rumah, atau berbuat sesuatu yang tak terhitung banyaknya, sebenarnya kita dihadapkan pada kondisi ketidakpastian yang sifatnya mengkhawatirkan atas semua hasilnya. Walaupun demikian kita senantiasa berharap apapun tindakan yang dilakukan itu akan berhasil sesuai dengan harapan. Lantas biasanya kita mempertimbangkan berbagai alternatif dan memutuskan berdasarkan keyakinan, hanya setelah memperhitungkan untung ruginya dari setiap tindakan itu.

8.2 Konsep Manajemen, Risiko Dan Investasi

8.2.1 Konsep Manajemen

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan pengelolaan. Artinya manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. (Munir M. dan Wahyu Ilaihi, 2006) Stoner dan Freeman mengartikan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi yang dinyatakan dengan jelas. (wibowo, 2006)

Pengertian yang paling tepat mengenai konsep manajemen adalah bentuk tata kelola sebuah perusahaan sehingga segala jenis aktivitasnya bisa terkontrol dengan baik. Dalam hal ini, seorang manajer dituntut untuk bisa menguasai konsep perencanaan yang baik. Jadi manajemen berfungsi : (Terry George R., 1993)

1. Perencanaan (*Planning*)

Proses untuk menyusun rencana dalam meraih perencanaan tujuan. Membuat perencanaan di setiap jenjang manajemen mulai dari jenjang atas hingga bawah. Perencanaan jenjang atas lebih menyeluruh, sedangkan jenjang selanjutnya akan berhubungan dengan perencanaan di atasnya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya dan lingkungan yang melingkupinya. Setiap kelompok tersebut memiliki fungsinya masing-masing mulai dari atasan hingga staf. Misalnya seorang staf akan

memiliki tugas untuk melaksanakan perintah dari pimpinan.

3. Pelaksanaan atau Pengarahan (*Actuating*)

Keseluruhan usaha, cara, teknik dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efektif dan ekonomis. Dalam menjalankan fungsi ini, ada beberapa jenis pemimpin yaitu otoriter, demokratis, dan bebas. Otoriter merupakan jenis kepemimpinan yang proses pengambilan keputusannya mutlak oleh pimpinan. Demokratis adalah kebalikan dari otoriter, dimana dalam proses pengambilan keputusannya berdasarkan pemungutan suara. Sedangkan bebas, pemimpin tidak akan menentukan keputusan, namun hanya akan memberikan nasehat.

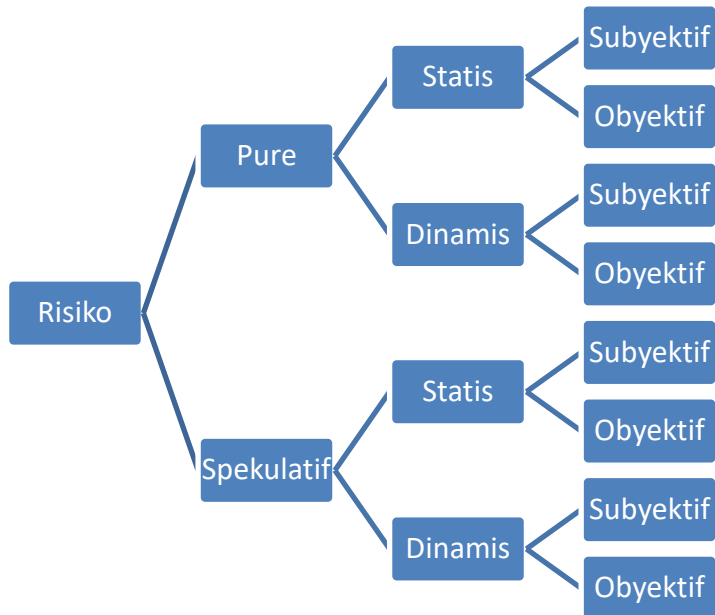
4. Pengawasan atau Pengendalian (*Controlling*)

Proses dimana manajer ingin mengetahui apakah pelaksanaan kegiatan organisasi yang dilakukan telah sesuai dengan rencana atau tujuan yang hendak dicapai. Manajer melakukan pengawasan terhadap hasil kerja apakah sudah bagus atau belum. Kemudian akan melakukan pengendalian agar bisa mendapatkan hasil yang optimal.

8.2.2 Konsep Risiko

Risiko adalah kesempatan kerugian (*risk is the chance of loss*), *Chance of loss* biasanya dipergunakan untuk menunjukkan suatu keadaan dimana terdapat suatu keterbukaan (*exposure*) terhadap kerugian atau suatu kemungkinga kerugian. Istilah risiko sudah biasa dipakai dalam kehidupan sehari-hari, secara umum tidak memahami apa yang dimaksud, namun pengertian risiko secara ilmiah sampai saat ini masih tetap beragam antara lain: H Abbas Salim (1998) mendefinisikan risiko adalah ketidakpastian atau *Uncertainly* yang mungkin melahirkan kerugian. Menurut Ferdinan Silalahi (1997) mendefinisikan risiko adalah penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan atau hasil

yang berbeda dengan yang diharapkan. Risiko beragam jenisnya, mulai dari risiko kecelakaan, kebakaran, risiko kerugian, fluktuasi kurs, perubahan tingkat bunga, dan lainnya. Untuk memudahkan pemahaman dan analisis terhadap risiko, kita bisa memetakan atau mengelompokkan risiko-risiko tersebut. Salah satu cara untuk mengelompokkan risiko adalah dengan melihat tipe-tipe risiko



Gambar 8.1. Kategorisasi Risiko

Adapun jenis-jenis risiko secara umum dapat dikelompokkan menjadi dua:

- a. Risiko Spekulatif (*speculative risk*)
- b. Risiko Murni (*pure risk*)

Bagan di atas menunjukkan bahwa risiko bisa dikelompokkan ke dalam dua tipe risiko: risiko murni dan risiko spekulatif, risiko subjektif dan objektif, dan dinamis dan statis.

Risiko spekulatif adalah risiko yang mengandung dua kemungkinan, kemungkinan yang menguntungkan atau kemungkinan yang merugikan. Risiko ini biasanya berkaitan

dengan risiko usaha atau bisnis. Contoh tipe risiko ini : pembelian valuta asing, saving dalam bentuk emas, tingkat suku bunga perbankan, jika kita memegang (membeli) saham. Harga pasar bisa meningkat (kita memperoleh keuntungan), bisa juga analisis kita salah, harga saham bukannya meningkat, tetapi malah turun kita memperoleh kerugian. Kerugian akibat risiko spekulatif akan merugikan individu tertentu, tetapi akan menguntungkan individu lainnya. Misalkan suatu perusahaan mengalami kerugian karena penjualannya turun, perusahaan lain barangkali akan memperoleh keuntungan dari situasi tersebut. Secara total, masyarakat tidak dirugikan oleh risiko spekulatif tersebut.

Risiko murni adalah risiko yang hanya mengandung satu kemungkinan yaitu satu kemungkinan rugi. Beberapa contoh risiko tipe ini adalah risiko kecelakaan, kebakaran, risiko banjir menghantam rumah kita dan sebagainya. Kejadian seperti itu akan merugikan kita. Tetapi rumah berdiri di tempat tertentu tidak secara langsung akan mendatangkan keuntungan tertentu. Jika terjadi kebakaran atau banjir, di samping individu yang terkena dampaknya, masyarakat secara keseluruhan juga akan dirugikan. Asuransi biasanya lebih banyak berurusan dengan risiko murni. Contohnya: bencana alam, tsunami, kebakaran, banjir, topan dan lain sebagainya. (Kasidi, 2010)

Di samping kategorisasi murni dan spekulatif, risiko juga bisa dibedakan antara risiko yang dinamis dan yang statis.

1. Risiko statis muncul dari kondisi keseimbangan tertentu. Sebagai contoh, risiko terkena petir merupakan risiko yang muncul dari kondisi alam yang tertentu. Karakteristik risiko ini praktis tidak berubah dari waktu ke waktu.
2. Risiko dinamis muncul dari perubahan kondisi tertentu. Sebagai contoh, perubahan kondisi masyarakat, perubahan teknologi, memunculkan jenis-jenis risiko baru. Misal, jika masyarakat semakin kritis, sadar akan haknya, maka risiko hukum (*legal risk*) yang muncul karena masyarakat lebih berani mengajukan gugatan hukum terhadap perusahaan, akan semakin besar.

Risiko juga bisa dikelompokkan ke dalam risiko subjektif dan objektif dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Risiko objektif adalah risiko yang didasarkan pada observasi parameter yang objektif. Sebagai contoh, fluktuasi harga atau tingkat keuntungan investasi di pasar modal bisa diukur melalui standar deviasi, misal standar deviasi return saham adalah 25% per tahun.
2. Risiko subjektif berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap risiko. Dengan kata lain, kondisi mental seseorang akan menentukan kesimpulan tinggi rendahnya risiko tertentu. Sebagai contoh, untuk standar deviasi return pasar yang sama sebesar 25%, dua orang dengan kepribadian berbeda akan mempunyai cara pandang yang berbeda. Orang yang konservatif akan menganggap risiko investasi di pasar modal terlalu tinggi. Sementara bagi orang yang agresif, risiko investasi di pasar modal dianggap tidak terlalu tinggi. Perhatikan bahwa kedua orang tersebut melihat pada risiko objektif yang sama, yaitu standar deviasi return sebesar 25 % per tahun.

Berikut ini contoh-contoh risiko yang biasa dihadapi oleh suatu organisasi. Risiko-risiko tersebut dikelompokkan ke dalam risiko murni dan spekulatif.

Tabel 8.1. Contoh Risiko Murni Dan Spekulatif

Tipe Risiko	Definisi	Ilustrasi
Risiko Aset Fisik (M)	Risiko yang terjadi karena kejadian tertentu berakibat buruk (kerugian) pada asset fisik organisasi	Kebakaran yang melanda gudang atau bangunan perusahaan. Banjir mengakibatkan kerusakan pada bangunan dan peralatan.

Tipe Risiko	Definisi	Ilustrasi
Risiko Karyawan (M)	Risiko karena karyawan mengalami peristiwa yang merugikan	Kecelakaan kerja mengakibatkan karyawan cedera, operasional perusahaan jadi terganggu.
Risiko Legal (M)	Risiko kontrak yang tidak sesuai yang diharapkan, dokumentasi yang tidak benar	Terjadi perselisihan sehingga perusahaan lain menuntut ganti rugi yang signifikan.
Risiko Pasar (S)	Risiko yang terjadi dari pergerakan harga atau volatilitas harga pasar	Harga pasar saham dalam portofolio perusahaan mengalami penurunan, yang mengakibatkan kerugian yang dialami perusahaan.
Risiko Kredit (S)	Risiko karena counter party gagal memenuhi kewajibannya kepada perusahaan	Debitur tidak bisa membayar cicilan dan bunga utang, sehingga perusahaan mengalami kerugian. Piutang dagang yang tidak terbayar.

Tipe Risiko	Definisi	Ilustrasi
Risiko Likuiditas (S)	Risiko tidak bisa memenuhi kebutuhan kas, risiko tidak bisa menjual dengan cepat karena ketidaklikuidan atau gangguan pasar	Perusahaan tidak memiliki kas untuk membayar kewajibannya (misalnya melunasi utang) Perusahaan terpaksa menjual tanah dengan harga murah (dibawah standar) karena sulit menjual tanah tersebut (tidak likuid) padahal perusahaan membutuhkan kas dengan cepat.
Risiko Operasional (S)	Risiko kegiatan operasional tidak berjalan lancar dan mengakibatkan kerugian, kegagalan system, human error, pengendalian prosedur yang kurang, mengakibatkan kerugian, kegagalan sistem.	Computer perusahaan kena virus sehingga operasi perusahaan terganggu. Prosedur pengendalian perusahaan tidak memadai sehingga terjadi pencurian barang-barang yang dimiliki perusahaan.

Sumber : Hairul, 2020

Ket : (M) = Murni

(S) = Spekulatif

8.2.3 Konsep Manajemen Risiko

Risiko ada di mana-mana, bisa datang kapan saja, dan sulit dihindari. Jika risiko tersebut menimpa suatu organisasi, maka organisasi tersebut bisa mengalami kerugian yang signifikan. Dalam beberapa situasi, risiko tersebut bisa mengakibatkan kehancuran organisasi tersebut. Karena itu risiko penting untuk dikelola. Dari konsep di atas bila digabungkan disebut manajemen risiko. Bahwa pengertian manajemen risiko merupakan bagian integral dari proses manajemen yang berjalan dalam perusahaan atau lembaga suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis serta mengendalikan risiko dalam setiap kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas dan efisiensi yang lebih tinggi. (Ramli Soehatman, 2010) Menurut Zainul Arifin (2005), Manajemen risiko adalah pengambilan risiko yang rasional dalam keseluruhan proses penanggulangan risiko termasuk risk assesment, sebagaimana tindakan-tindakan untuk membangun dan menerapkan pilihan-pilihan dan kontrol risiko. Menurut Ferry N. Idroes (2008) manajemen risiko merupakan metode logis dan sistematis dalam identifikasi, kuantifikasi, menentukan sikap, menetapkan solusi, serta melakukan monitor dan pelaporan risiko yang berlangsung pada setiap aktifitas atau proses. Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami esensi dari manajemen risiko adalah suatu cara, metode, atau ilmu pengetahuan yang mempelajari berbagai jenis risiko. Bagaimana risiko itu terjadi dan mengelola risiko tersebut dengan tujuan agar terhindar dari kerugian, atau usaha untuk menggunakan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran dan usaha seorang manajer untuk mengatasi kerugian secara rasional agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. (Sofyan Iban, 2005)

Prinsip Manajemen Risiko

Dalam pelaksanaan manajemen risiko ada beberapa jenis yang harus dijadikan sebagai acuan. Dengan berpedoman pada prinsip tersebut, diharapkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik dan dapat mengikuti perkembangan sesuai dengan kondisi saat ini. Adapun prinsip-prinsip manajemen risiko antara lain:

a. Perumusan tujuan

Kejelasan tujuan yang terlahir dari kejelasan visi dan misi dalam perusahaan akan menjadi pedoman dalam menentukan langkah-langkah rasional yang harus ditempuh, salah satunya yaitu tujuan yang hendak dicapai dalam pengelolaan risiko perusahaan melalui langkah-langkah antisipasi risiko secara umum bertujuan untuk menghindari segala bentuk pemborosan.

b. Kesatuan arah

Dalam menjalankan kegiatan suatu perusahaan harus mempunyai tujuan yang sama dengan diarahkan oleh pemimpin. Seorang karyawan yang bekerja disalah satu bagian hanya menerima intruksi tentang kegiatan tertentu dari seorang kepala bagian yang menjadi atasannya.(Terry George R., 2003)

c. Pembagian kerja dan pendelegasian wewenang

Agar tercapai tujuan perusahaan maka yang harus dilakukan adalah dengan pembagian kerja kedalam beberapa kelompok aktifitas sehingga setiap unit mengetahui secara jelas wewenang dan tanggung jawab yang diembannya.(Terry George R., 2003) Tujuan dari pendelegasian wewenang adalah untuk mencapai hasil akhir sesuai dengan yang diinginkan dengan mendelegasikan sebagian tugasnya pada bawahan. (Manullang M., 2008)

d. Koordinasi

Koordinasi merupakan salah satu fungsi manajemen atau proses mengintegrasikan, menyinkronisasikan, dan menyederhanakan pelaksanaan tugas yang terpisah-pisah secara terus menerus untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dengan adanya koordinasi ini, diharapkan tidak

terjadi pekerjaan yang tumpang tindih. Tanpa koordinasi sulit diharapkan tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. (Usman Husaini, 2009)

- e. Pengawasan merupakan fungsi terakhir yang harus dilaksanakan dalam manajemen. Dengan pengawasan dapat diketahui tentang hasil yang telah dicapai. Jadi, dengan pengawasan dapat mengukur seberapa jauh hasil yang telah dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Dan pengawasan juga perlu dilakukan setiap tahap agar mudah diadakan perbaikan jika terjadi penyimpangan-penyimpangan.

Proses Manajemen Risiko

Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko tersebut sehingga kita bisa memperoleh hasil yang paling optimal. Dalam konteks organisasi, organisasi juga akan menghadapi banyak risiko. Jika organisasi tersebut tidak bisa mengelola risiko dengan baik, maka organisasi tersebut bisa mengalami kerugian yang signifikan. Karena itu risiko yang dihadapi oleh organisasi tersebut juga harus dikelola, agar organisasi bisa bertahan, atau barangkali mengoptimalkan risiko. Perusahaan sering kali secara sengaja mengambil risiko tertentu, karena melihat potensi keuntungan dibalik risiko tersebut. Manajemen risiko pada dasarnya dilakukan melalui proses-proses berikut ini :

1. Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko dilakukan untuk mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh suatu organisasi. Banyak risiko yang dihadapi oleh suatu organisasi, mulai dari risiko penyelewengan oleh karyawan, risiko kejatuhan meteor atau komet, dan lainnya. Ada beberapa teknik untuk mengidentifikasi risiko, misal dengan menelusuri sumber risiko sampai terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan. Sebagai contoh, kompor ditaruh dekat penyimpanan minyak tanah. Api merupakan sumber risiko, kompor yang ditaruh dekat minyak tanah merupakan kondisi yang

meningkatkan terjadinya kecelakaan, bangunan yang bisa terbakar merupakan eksposur yang dihadapi perusahaan. Misalkan terjadi kebakaran, kebakaran merupakan peristiwa yang merugikan. Identifikasi semacam dilakukan dengan melihat sekuen dari sumber risiko sampai ke terjadinya peristiwa yang merugikan. Pada beberapa situasi, risiko yang dihadapi oleh perusahaan cukup standar.

Sebagai contoh, bank menghadapi risiko terutama adalah risiko kredit (kemungkinan debitur tidak melunasi utangnya). Untuk bank yang juga aktif melakukan perdagangan sekuritas, maka bank tersebut akan menghadapi risiko pasar. Setiap bisnis akan menghadapi risiko yang berbeda-beda karakteristiknya.

2. Evaluasi dan Pengukuran Risiko

Langkah berikutnya adalah mengukur risiko tersebut dan mengevaluasi risiko tersebut. Tujuan evaluasi risiko adalah untuk memahami karakteristik risiko dengan lebih baik. Jika kita memperoleh pemahaman yang lebih baik, maka risiko akan lebih mudah dikendalikan. Evaluasi yang lebih sistematis dilakukan untuk ‘mengukur’ risiko tersebut.

Ada beberapa teknik untuk mengukur risiko tergantung jenis risiko tersebut. Sebagai contoh kita bisa memperkirakan probabilitas (kemungkinan) risiko atau suatu kejadian jelek terjadi. Dengan probabilitas tersebut kita berusaha ‘mengukur’ risiko. Sebagai contoh, ada risiko perusahaan terkena jatuhnya meteor atau komet, tetapi probabilitas risiko semacam itu sangat kecil (0,000000001). Karena itu risiko tersebut tidak perlu diperhatikan. Contoh lain adalah risiko kebakaran dengan probabilitas (misal) 0,6. Karena probabilitas yang tinggi, maka risiko kebakaran perlu diberi perhatian ekstra. Contoh tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknik probabilitas kita bisa melakukan prioritas risiko, sehingga kita bisa lebih memfokuskan pada risiko yang

mempunyai kemungkinan yang besar untuk terjadi. Contoh lain adalah membuat matriks dengan sumbu mendatar adalah probabilitas terjadinya risiko, dan sumbu vertikal adalah tingkat keseriusan konsekuensi risiko tersebut (severity, atau besarnya kerugian yang timbul akibat risiko tersebut).

Setiap risiko bisa dievaluasi kemudian dimasukkan ke dalam matriks tersebut. Sebagai contoh, risiko kebakaran mempunyai probabilitas 0,6 (tinggi). Jika kebakaran terjadi, maka kerugian yang diakibatkan akan besar juga (tinggi). Dengan demikian risiko kebakaran akan ditempatkan pada kuadran probabilitas tinggi dan severity tinggi. Selanjutnya langkah yang lebih tepat bisa dirumuskan. Sebagai contoh, untuk risiko kebakaran seperti itu, langkah yang lebih aktif bisa ditujukan untuk menangani risiko kebakaran tersebut. Untuk risiko lain, evaluasi dan pengukuran yang berbeda bisa dilakukan. Sebagai contoh, risiko perubahan tingkat bunga bisa diukur dengan teknik duration (durasi). Identifikasi dan pengukuran risiko spekulatif akan banyak membicarakan pengukuran risiko perubahan tingkat bunga. Risiko pasar bisa dievaluasi dengan menggunakan teknik VAR (Value At Risk). Sementara pemahaman kita terhadap risiko lain belum begitu baik sehingga teknik pengukuran risiko tersebut belum begitu berkembang. Teknik lain untuk mengukur risiko adalah dengan mengevaluasi dampak risiko tersebut terhadap kinerja perusahaan.

Evaluasi kerugian potensial Kegiatan ini adalah mengukur frekuensi dan kegawatan kerugian bila benar terjadi. Pengukuran frekuensi kerugian menyangkut jumlah kali kerugian yang mungkin terjadi selama masa tertentu. Hal ini didasarkan pada pengalaman masa lampau atas kejadian baik yang dialami oleh badan itu sendiri maupun oleh badan usaha lain yang sejenis. Sedangkan kegawatan kerugian menyangkut kemungkinan bobot kerugian yang akan terjadi, yaitu menghitung jumlah kerugian potensial yang diukur berdasarkan nilai unit atau satuan

nilai uang. Manajer risiko dalam hal ini dituntut untuk mampu menghitung atau mengukur frekuensi dari kegawatan kerugian dengan menggunakan teknik-teknik tertentu, misalnya statistik, matematik, atau teknik-teknik keuangan, sesuai dengan penting-tidaknya. Untuk kegiatan pengelompokan bisa menggunakan model matrik seperti di bawah ini :

Tabel 8.2. Model Matrix Pengukuran Risiko

Tipe Exposure	Frekuensi Kerugian	Kegawatan Kerugian	Nilai Kerugian
1	Rendah	Rendah	rendah x rendah
2	Tinggi	Rendah	tinggi x rendah
3	Rendah	Tinggi	rendah x tinggi
4	Tinggi	Tinggi	tinggi x tinggi

Sumber : Harimurti Fadjar, 2006

Berdasarkan pada model matrik tersebut bisa ditentukan metode pengelolaan yang tepat sesuai dengan berat-ringannya kerugian yang mungkin diderita.

3. Pengelolaan Risiko

Setelah analisis dan evaluasi risiko, langkah berikutnya adalah mengelola risiko. Risiko harus dikelola. Jika organisasi gagal mengelola risiko, maka konsekuensi yang diterima bisa cukup serius, misal kerugian yang besar. Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara, seperti penghindaran, ditahan (retention), diversifikasi, atau ditransfer ke pihak lainnya. Erat kaitannya dengan

manajemen risiko adalah pengendalian risiko (*risk control*), dan pendanaan risiko (*risk financing*).

a. Penghindaran.

Cara paling mudah dan aman untuk mengelola risiko adalah menghindar. Tetapi cara semacam ini barangkali tidak optimal.

Sebagai contoh, jika kita ingin memperoleh keuntungan dari bisnis, maka mau tidak mau kita harus keluar dan menghadapi risiko tersebut. Kemudian kita akan mengelola risiko tersebut.

b. Ditahan (Retention).

Dalam beberapa situasi, akan lebih baik jika kita menghadapi sendiri risiko tersebut (menahan risiko tersebut, atau risk retention).

Sebagai contoh, misalkan seseorang akan keluar rumah membeli sesuatu dari supermarket terdekat, dengan menggunakan kendaraan. Kendaraan tersebut tidak diasuransikan. Orang tersebut merasa asuransi terlalu repot, mahal, sementara dia akan mengendarai kendaraan tersebut dengan hati-hati. Dalam contoh tersebut, orang tersebut memutuskan untuk menanggung sendiri (menahan, retention) risiko kecelakaan.

c. Diversifikasi.

Diversifikasi berarti menyebar eksposur yang kita miliki sehingga tidak terkonsentrasi pada satu atau dua eksposur saja.

Sebagai contoh, kita barangkali akan memegang aset tidak hanya satu, tetapi pada beberapa aset, misal saham A, saham B, obligasi C, properti, dan sebagainya. Jika terjadi kerugian pada satu aset, kerugian tersebut diharapkan bisa dikompensasi oleh keuntungan dari aset lainnya.

d. Transfer Risiko.

Jika kita tidak ingin menanggung risiko tertentu, kita bisa mentransfer risiko tersebut ke pihak lain yang lebih mampu menghadapi risiko tersebut.

Sebagai contoh, kita bisa membeli asuransi kecelakaan. Jika terjadi kecelakaan, perusahaan asuransi akan menanggung kerugian dari kecelakaan tersebut.

e. Pengendalian Risiko.

Pengendalian risiko dilakukan untuk mencegah atau menurunkan probabilitas terjadinya risiko atau kejadian yang tidak kita inginkan.

Sebagai contoh, untuk mencegah terjadinya kebakaran, kita memasang alarm asap di bangunan kita. Alarm tersebut merupakan salah satu cara kita mengendalikan risiko kebakaran.

f. Pendanaan Risiko.

Pendanaan risiko mempunyai arti bagaimana 'mendana' kerugian yang terjadi jika suatu risiko muncul.

Sebagai contoh, jika terjadi kebakaran, bagaimana menanggung kerugian akibat kebakaran tersebut, apakah dari asuransi, ataukah menggunakan dana cadangan? Isu semacam itu masuk dalam wilayah pendanaan risiko. Di samping proses manajemen risiko seperti yang disebutkan di muka, manajemen risiko suatu organisasi juga memerlukan infrastruktur baik keras maupun lunak.

Sebagai contoh, manajemen risiko barangkali akan memerlukan sistem komputer untuk analisis risiko. Manajemen risiko juga memerlukan staf dan struktur organisasi yang tepat.

8.2.4 Konsep Investasi

Menurut Martono dan Agus (2002) mengatakan bahwa investasi adalah merupakan penanaman dana yang dilakukan oleh suatu perusahaan ke dalam suatu aset (aktiva) dengan harapan memperoleh pendapatan dimasa yang akan datang.

Menurut Martono dan Agus (2002) dilihat dari jangka waktunya, investasi dibedakan menjadi 3 macam yaitu:

- investasi jangka pendek,
- investasi jangka menengah dan
- investasi jangka panjang.

Sedangkan dilihat dari jenis aktivitya, investasi dibedakan:

- investasi pada aktiva riil dan
- investasi pada aktiva non-riil (aktiva finansial).

Investasi pada aktiva riil misalnya investasi dalam tanah, gedung, mesin, peralatan, pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, perkebunan, dan yang lainnya. Adapun investasi investasi pada aktiva non-riil misalnya investasi kedalam surat-surat berharga, pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, Surat Berharga Pasar Uang (SBPU), dan lainnya. Investasi juga dapat dilakukan di pasar Modal, misalnya berupa saham, obligasi, *warrant* dan yang lainnya. Adapun keputusan investasi menurut Sutrisno (2003) mempunyai dimensi waktu jangka panjang, sehingga keputusan yang diambil harus dipertimbangkan dengan baik, karena mempunyai konsekuensi berjangka panjang pula. Keputusan investasi ini sering juga disebut sebagai *capital budgeting* yakni keseluruhan proses perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai pengeluaran dana yang jangka waktu kembalinya dana tersebut melebihi satu tahun atau berjangka panjang.

Dalam kaitanya dengan investasi, risiko sering didefinisikan sebagai berikut: *Risk is Uncertainty*, risiko ini maksudnya adalah risiko yang memiliki nilai ketidakpastian. *Risk is the dispersion of actual from expected result*, risiko ini maksudnya adalah penyebaran atau perluasan untuk hasil yang sebenarnya dari hasil yang diinginkan atau diharapkan. *Risk is the possibility of loss*, risiko ini maksudnya adalah cenderung akan ada kemungkinan mengalami kerugian. *Risk is the probability of any outcome different from the one expected*, risiko ini maksudnya

adalah sebuah kemungkinan atau probabilitas terhadap *outcome* yang berbeda dengan *outcome* yang selalu diharapkan.

8.3 Strategi Manajemen Risiko Investasi

Peran manajemen risiko dalam investasi, banyak orang memikirkan risiko secepatnya setelah mereka mendengar kata risiko, dan menganggapnya sebagai sesuatu setara dengan mengambil risiko. Mereka suka menghindari risiko sebanyak mungkin. Tapi intinya cara berfikir seperti itu salah. Manajemen risiko tidak dapat diabaikan atau dihilangkan. Risiko adalah melekat pada setiap aktivitas dan pada dasarnya adalah sifat hidup berbasis risiko. Salah satu kuncinya untuk sukses adalah mengetahui risiko apa yang harus dipertimbangkan dan pastikan risiko tersebut masuk akal.

Selalu ingat bahwa jika Anda tidak mengambil risiko, Anda tidak akan belajar apa pun dan Anda tidak akan belajar mampu melakukan sesuatu yang berharga. Dengan demikian, hukum kehidupan mengharuskan masalah risiko diambil dengan serius. Jadikan risiko sebagai bagian dari hidup Anda, sehingga mereka terjadi secara spontan dan berada di bawah kontrol Anda, bukan karena itu terjadi secara tidak sengaja dan di luar kendali. Sama seperti menghindari risiko apa pun biaya adalah kesalahan dan dapat merusak peluang, mengambil terlalu banyak risiko bisa berarti kebangkrutan atau kehancuran finansial.

Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mengelola risiko berinvestasi di perbankan:

1. Size atau Total Aset
2. Kualitas Pembiayaan
3. Ekspansi Pembiayaan
4. Modal Penyangga
5. Rasio Modal
6. Rasio BOPO
7. Rasio Likuiditas
8. NPL/NPF

9. Investasi
10. GCG
11. Opini Syariah (bagi BUS dan BPRS)

Bagi perbankan, perlu diperhatikan dalam mengelola risiko sesuai Peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 pada tanggal 19 Mei 2003 tentang “Penerapan Manajemen Risiko Untuk Bank Umum”, merupakan wujud keseriusan Bank Indonesia dalam masalah manajemen risiko perbankan. Keseriusan tersebut dipertegas lagi dengan dikeluarkannya Peraturan Bank Indonesia No. 7/25/PBI/2005 pada Agustus tahun 2005 tentang “Sertifikasi Manajemen Risiko Bagi Pengurus Dan Pajabat Bank Umum”, yang mengharuskan seluruh pejabat bank dari tingkat terendah hingga tertinggi untuk memiliki sertifikasi manajemen risiko yang sesuai dengan tingkat jabatannya, POJK N0. 18/POJK.03/2016 tentang penerapan manajemen risiko. Dalam proses penerapan manajemen risiko, bank dapat menggunakan berbagai pendekatan pengukuran risiko, baik dengan metode standar yang direkomendasikan oleh *Basel Committee on Banking Supervison*. Kesepakatan Basel mencetuskan 2 kesepakatan (Basel I dan Basel II). Dalam kesepakatan Basel I hanya mencakup risiko kredit, modal yang disediakan hanya dikaitkan dengan risiko kredit, dan dalam mengukur kecukupan modal menurut risiko kredit didasari oleh beberapa kalkulasi yang terdiri dari (Idroes dan Sugiarto, 2006, hal 28), bobot risiko aktiva dan bobot risiko, penyetaraan dengan risiko kredit, target rasio modal dan kalkulasi konsumsi modal yang memenuhi syarat, kecukupan hasil pada modal yang memenuhi syarat, struktur modal. Dalam kesepakatan Basel II digunakan pendekatan baru dalam hal pengawasan bank. Kerangka baru Basel II dirancang mencakup tiga konsep yang dikenal sebagai tiga pilar. Ketiga pilar tersebut diantaranya adalah pilar 1 yaitu Kewajiban penyediaan modal minimum. Pilar 2 yaitu tinjauan berdasar regulasi dari kecukupan modal dari masing – masing bank dan proses penilaian internal. Dan pilar 3 yaitu disiplin pasar yang efektif sebagai pengungkit untuk

memperkuat keterbukaan dan mendorong agar bank lebih aman dalam prakteknya. (Haerul, 2020)

Begitu pula OJK mengatur pengelolaan risiko di lembaga jasa keuangan non bank, No. 1/POJK.05/2015 Asuransi, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, Lembaga Jasa Keuangan Khusus, Lembaga Keuangan Mikro, beberapa hal yang perlu diperhatikan mengelola risiko di lembaga jasa keuangan non bank harus jeli, karena lembaganya memiliki kekhususan dalam menilai kesehatannya.

Risiko investasi di pasar modal pada prinsipnya semata-mata berkaitan dengan kemungkinan terjadinya fluktuasi harga (*price volatility*). Menurut Hartono dan Harjito (2002) bahwa risiko-risiko yang mungkin dihadapi investor tersebut antara lain:

1. Risiko daya beli (*purchasing power risk*) Risiko ini berkaitan dengan kemungkinan terjadinya inflasi yang menyebabkan nilai riil pendapatan akan lebih kecil
2. Risiko bisnis (*business risk*) Risiko bisnis adalah suatu risiko menurunnya kemampuan perusahaan memperoleh laba, sehingga pada gilirannya mengurangi pula kemampuan perusahaan membayar bunga dan deviden.
3. Risiko tingkat bunga Naiknya tingkat bunga biasanya akan menekan harga surat-surat berharga, sehingga biasanya harga surat berharga akan turun.
4. Risiko pasar (*market risk*) Apabila pasar bergairah (*bullish*) pada umumnya harga saham akan mengalami kenaikan, tetapi bila pasar lesu (*bearish*) maka harga cenderung turun.
5. Risiko likuiditas (*liquidity risk*) Risiko ini berkaitan dengan kemampuan suatu surat berharga untuk segera diperjualbelikan tanpa mengalami kerugian yang berarti.

Risiko tidak bisa dihindari, dan pada umumnya risiko muncul dari tiga kemungkinan, (Brigham dan Houston, 2004):

a. Besarnya investasi

Suatu investasi yang besar lebih baik dibanding investasi kecil, terutama dari unsur kegagalannya. Apabila proyek dengan investasi besar gagal, maka kegagalannya bisa mengakibatkan perusahaan menjadi bangkrut, sedang investasi kecil mempunyai risiko yang kecil, artinya tidak terlalu banyak mengganggu operasional perusahaan secara keseluruhan.

b. Penanaman kembali dari *cashflow*

Apakah perusahaan akan menerima proyek investasi dengan 24% selama 2 tahun atau yang mendatangkan keuntungan 20% selama 4 tahun?. Jawabannya adalah seberapa besar kemungkinan hasil dari penanaman kembali investasi dengan hasil 24%. Apabila risiko dari penanaman kembali proyek pertama tersebut besar, maka proyek dengan hasil 20% lebih diutamakan.

c. Penyimpangan dari *cashflow*

Seperti diuraikan di atas bahwa *cashflow* perusahaan didapat dari penerimaan keuntungan di masa yang akan datang. *Cashflow* tersebut untuk masing-masing proyek investasi tidak sama, ada yang variasinya besar dan ada yang variasinya kecil. Bila variasi penerimaan besar maka risikonya juga besar, demikian sebaiknya bila variasinya kecil, risiko yang di hadapi juga kecil.

Risiko investasi di pasar modal pada prinsipnya semata-mata berkaitan dengan kemungkinan terjadinya fluktuasi harga (*price volatility*), risiko likuiditas, risiko *delisting* dan risiko kebangkrutan. Oleh karenanya dalam melakukan investasi di pasar modal minimal harus memiliki pengetahuan mengenai manajemen keuangan (*money management*), analisis fundamental, analisis teknikal dan psikologi (pengendalian diri). Sebelum memulai perdagangan atau berinvestasi di pasar modal, pedagang dan investor harus mengembangkan strategi

manajemen risiko dan perlu diingat bahwa risiko keuangan tidak dapat sepenuhnya dihindari. Secara umum, manajemen risiko adalah bagaimana caranya untuk menghadapi risiko dan tentu saja tidak hanya mengurangi keparahan dan lebih baik sepenuhnya mempelajari dan menganalisa untuk menghindari berbagai risiko. Manajemen risiko adalah tentang mengidentifikasi, mengevaluasi, dan pemantauan risiko sesuai dengan kondisi dan strategi, itu bersifat pribadi. Ini proses membantu kita menemukan *risk-reward* terbaik rasio dan memiliki perdagangan yang baik dan menguntungkan.

Salah satu kesalahan umum *trader* di pasar modal adalah kesalahan perhitungan dalam risiko. Kita semua pada dasarnya akrab dengan konsep risiko. Tetapi risiko dalam kehidupan sehari-hari adalah sedikit berbeda dengan risiko di ibukota pasar. Tanpa pengetahuan yang baik tentang bagaimana caranya mengelola risiko, perdagangan yang baik tidak dapat dilakukan. Orang biasa atau investor yang baru saja memasuki pasar modal, percaya bahwa kerugian di pasar saham sama dengan membeli sebuah rumah, dan akhirnya 20% bisa menjadi kerugian kita. Jika tidak demikian, Anda bisa kehilangan hingga 50% dalam waktu singkat di saham pasar. Investor yang sangat aktif dalam pasar saham tahu bahwa di pasar modal, untuk berdagang dengan untung, Anda harus terlebih dahulu pertimbangkan risiko perdagangan, ukur dan jadilah mampu melindungi likuiditas Anda terhadap pasar kerugian.

Jika informasi investasi mereka terbatas, memang lebih baik membeli unit dana investasi secara tidak langsung dan tidak terlibat langsung kegiatan investasi. Investasikan hanya setelah a tinjauan menyeluruh dan jaminan yang memadai dari pengetahuan mereka tentang saham. Berikut ini adalah beberapa pedoman:

1. Berpikir jangka panjang dan jangan memasuki pasar dengan investasi jangka pendek;
2. fluktuasi pasar saham dapat menyebabkan investor terburu-buru mengambil keputusan yang berisiko. Oleh

karena itu, mereka harus menghindari perilaku tergesa-gesa dan keputusan yang tidak disengaja;

3. jika mereka tidak berniat untuk berinvestasi di jangka panjang, mereka harus memiliki harga tertentu rentang untuk masuk dan keluar dari pasar. Dengan pendekatan ini, investor menetapkan target harga yang ditentukan jika tercapai langsung dijual. Aturan ini berinvestasi menyebabkan investor tidak terlalu serakah dan bersikeras pada kesalahannya sebelumnya keputusan;
4. selalu berinvestasi dalam portofolio saham yang tidak terlalu berkorelasi satu sama lain dan tidak mencurahkan seluruh modalnya untuk membeli saham;
5. selalu mempertimbangkan risiko berinvestasi yang dapat ditoleransi; dan
6. tentukan terlebih dahulu maksimum yang dapat ditoleransi kerugian untuk portofolio mereka sehingga tidak memungkinkan nilai portofolio mereka jatuh di bawah jumlah tertentu dan dengan demikian memiliki jalan keluar yang pasti strategi untuk situasi kritis.

Berinvestasi di aset riil banyak ragamnya, tentu mengikuti tujuan investasi masing-masing investor. Risiko yang termudah adalah risiko likuiditas kecuali emas. Namun aset fisik biasanya susah atau tidak bisa cepat mendapatkan pembeli, sehingga risiko ini tergolong risiko likuiditas terutama untuk aset berbentuk tanah. Apabila bentuk bangunan dan tanah agak berbeda lagi, begitu pula berbentuk kendaraan atau peralatan usaha. investasi dilakukan dengan mengabaikan manfaat saat ini untuk mencapai yang lebih besar kemakmuran di masa depan. manajemen risiko di aset riil lebih kompleks. Masing-masing jenis investasi memiliki kekhasan masing-masing.

Berikut ini beberapa alternatif pilihan dalam mengelola suatu risiko dalam dunia bisnis:

1. Penghindaran (*Risk Avoidance*)

Alternatif penghindaran risiko pada umumnya dapat dilakukan pada tahap perencanaan dimana kemungkinan-

kemungkinan risiko yang terjadi dapat diatasi dengan berbagai tindakan pencegahan. Misalnya risiko banjir yang dapat diatasi dengan mencari lokasi yang bebas banjir, atau risiko melanggar peraturan pengelolaan lingkungan yang dapat dilakukan dengan mempersiapkan seluruh dokumen dan persyaratan yang terkait dengan lingkungan atau risiko adanya penuntutan (komplain) dari konsumen terhadap produk yang dihasilkan dapat dihindari dengan mencantumkan spesifikasi produk yang jelas dan rinci serta melakukan berbagai uji coba sebelum produk dipasarkan. Namun untuk risiko murni (*Pure Risk*) dengan kemungkinan terjadinya rendah serta sukar diprediksi teknik penghindaran tidak dapat digunakan.

2. Menahan atau Menanggung (*Risk Retention*)

Pada suatu kondisi dengan pertimbangan tertentu perusahaan berani menanggung berbagai kemungkinan risiko yang terjadi. Namun demikian, perusahaan tetap berupaya agar risiko itu tidak terealisasi/terjadi atau juga mencadangkan sejumlah anggaran dengan pola tertentu sebagai antisipasi bila kondisi terburuk terjadi.

Strategi dalam manajemen risiko diambil dengan memindahkan risiko kepada pihak lain, menghindari atau mencegah risiko, dan menampung konsekuensi risiko. Kejadian yang sesungguhnya terkadang dapat menyimpang dari dugaan. Artinya adalah ada kemungkinan penyimpangan yang bersifat untung maupun rugi. Apabila kedua kemungkinan itu ada maka risiko tersebut bersifat spekulatif. Sebaliknya juga lawan dari risiko spekulatif yaitu risiko bersih atau murni, risiko ini hanya ada kemungkinan mengalami rugi dan tidak kemungkinan memiliki keuntungan. Manajer risiko umumnya akan menangani risiko murni dan tidak berfokus pada penanganan risiko spekulatif kecuali apabila risiko spekulatif tersebut segera memaksanya menghadapi risiko murni.

Cara Meminimalisir Risiko Investasi

Setelah mengetahui jenis-jenis dari risiko investasi, hal selanjutnya yang perlu Anda ketahui ketika hendak berinvestasi adalah cara meminimalisir risikonya. Berikut beberapa cara yang bisa Anda ikuti untuk meminimalisir risiko investasi adalah diantaranya:

- Dalam satu produk investasi, ada baiknya tidak menaruh semua dana Anda, tetapi Anda dapat memiliki portofolio yang beragam. Lalu, Anda harus bersikap tenang ketika menghadapi risiko investasi yang terjadi.
- Maka, sebisa mungkin hindari rasa panik, karena kepanikan akan membuat Anda salah ketika mengambil keputusan. Intinya, saat Anda berinvestasi apapun itu produknya, risiko akan selalu ada. Maka dari itu, Anda harus bisa memahami manajemen risiko investasi dengan baik. Sehingga, investasi yang Anda lakukan akan 'lolos' dari risiko investasi serta mendapatkan imbal hasil maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainul. 2005. *Dasar-Dasar Manajemn Bank Syariah*. Jakarta : Pustaka Alfabet.
- A. Samimi, A. Bozorgian, M. Samimi. 2022. *An Analysis of Risk Management in Financial Markets and Its Effects*. J. Eng. Ind. Res. 3(1):1-7.
- Brigham and Houston. 2006. *Fundamentals Of Financial Management*. Ali Akbar Yulianto. (Penerjemah). Dasar-dasar manajemen Keuangan (terjemahan). Edisi 10. Jakarta : Salemba Empat.
- Dewi, Ida Ayu Made Sasmita. 2019. *Manajemen Risiko*. Denpasar : UNHI Press.
- Silalahi, Ferdinan. 1997. *Manajemen Risiko dan Asuransi*. Cet ke-1. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Idroes, Ferry N. 2008. *Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Terry, George R. 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Harimurti, Fadjar. 2006. *Manajemen Risiko, Fungsi Dan Mekanismenya*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 6, No 1, April 2006 : 105 – 112.
- Hairul. 2020. *Manajemen Risiko*. Cet. Pertama. Yogyakarta : Deepublish.
- Husain, Hasbullah. 1997. *Manajemen Islamologi*. Cet. Ke-1. Jakarta : Biro Konsultasi Manajemen Islamologi.
- Kasidi. 2010. *Manajemen Risiko*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Martono dan Harjito, Agus. 2002. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Yogyakarta : CV.Adipura.

- Munir, M. dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Rahmany, Sri. 2019. *Manajemen Risiko Reputasi dalam Pasar Modal Syariah*. Iqtishaduna : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Desember 2019, Vol.8, No.2: 270-282.
- Ramli, Soehatman. 2010. *Pedoman Praktis Manajemen Risiko*, Jakarta : PT. Dian Rakyat.
- Sutrisno. 2003. *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikatif*. Yogyakarta : Ekonosia FE UII.
- Salim, H Abbas. 1998. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sofyan, Iban. 2005. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Usman, Husaini. 2009. *Managemen : Teori dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wibowo. 2006. *Manajemen Perubahan*. Edisi Ketiga. Jakarta : Raja Grafindo.

BAB 9

PEMBAYARAN, PELUNASAN DAN KLIRING

Oleh Catur Fatchu Ukhriyawati

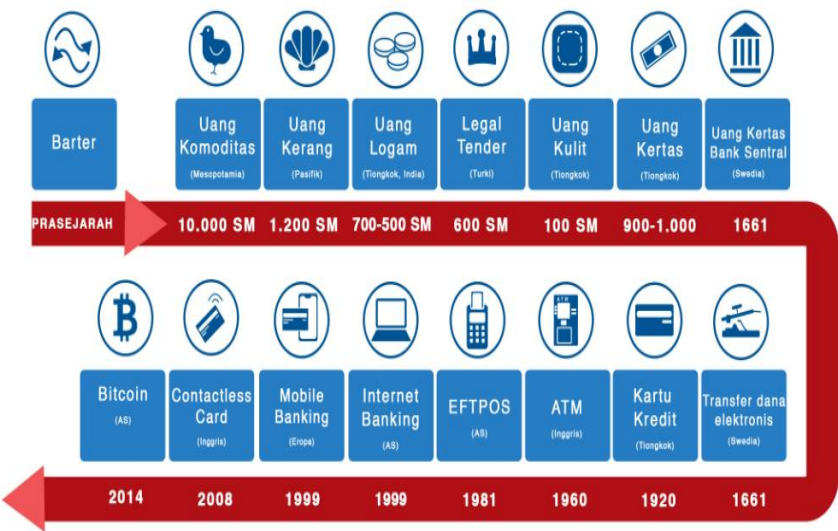
9.1 Pembayaran (*Payment*)

Pembayaran merupakan instrumen keuangan yang digunakan sebagai sarana pengiriman uang atau dana oleh perseorangan, perusahaan, institusi di mana pun berada, untuk kepentingan perseorangan, dinas, atau bisnis. Pembayaran akan semakin kompleks, manakala sudah melibatkan pembayaran antarnegara. Dengan demikian, berkembanglah sistem pembayaran yang berbeda antarnegara, mengingat terdapat perbedaan mata uang, nilai tukar, dan sistem pembayaran yang dianut masing-masing negara (Simatupang, 2021).

9.1.1 Sistem Pembayaran

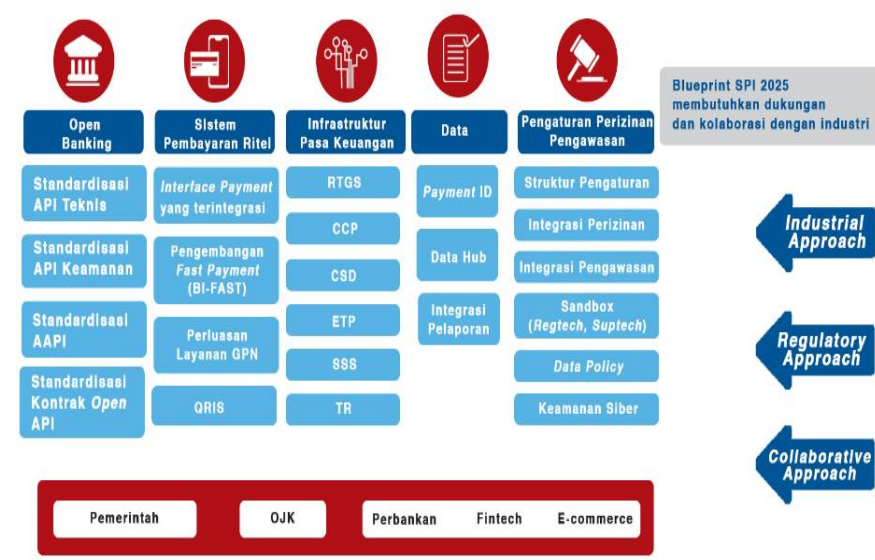
Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran lahir bersamaan dengan lahirnya konsep 'uang' sebagai media pertukaran (*medium of change*) atau *intermediary* dalam transaksi barang, jasa dan keuangan. Pada prinsipnya, sistem pembayaran memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (*settlement*). (Bank Indonesia 2020b)

Sistem pembayaran kini terbagi menjadi 2 jenis yakni model pembayaran tunai (uang kartal) dan model pembayaran non tunai (uang giral). Sistem pembayaran terus-menerus mengalami perkembangan yang pesat dan maju. Awalnya dimulai dari sistem barter; tunai (*banknotes*) atau uang kartal; nontunai (*non cash*) seperti cek, bilyet giro, bank garansi, *letter of credit* (LC), *stand by letter of credit* (SBLC); *cashless* dalam bentuk transfer dana elektronik berbasis kartu, seperti *automatic teller machine* (ATM), kartu kredit, kartu debit, dan juga kartu Prabayar; transfer dana berbasis elektronik, seperti *mobile banking*, *internet banking*, Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI), RTGS (*real time gross settlement*), SSSS (*scripless securities settlement system*), dan SWIFT (*society for world wide interbank financial telecommunication*); hingga pada sistem pembayaran dengan mata uang digital. Tantangan ke depan adalah bagaimana proses penyelesaian (*settlement*) sistem pembayaran dapat dieksekusi oleh para pihak yang terlibat dalam sistem pembayaran secara domestik dan internasional.



Gambar 9.1. Evolusi Sistem Pembayaran
Sumber : Bank Indonesia, (2020b)

Dinamika kehidupan dalam masyarakat, telah melahirkan pola pemikiran baru yang berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Mekanisme pembayaran dituntut selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal perpindahan dana secara cepat, efisien dan aman, maka inovasi-inovasi teknologi pembayaran semakin banyak bermunculan dengan sangat pesat. BI dituntut untuk selalu memastikan bahwa setiap perkembangan sistem pembayaran harus selalu berada pada koridor ketentuan yang berlaku demi kelancaran dan keamanan jalannya kegiatan sistem pembayaran. Orientasi kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran mulai bergeser dari pengembangan infrastruktur sistem pembayaran yang dioperasikan langsung oleh Bank Indonesia menuju penataan rezim regulasi dan kelembagaan industri sistem pembayaran, khususnya sistem pembayaran ritel yang tidak terlepas dari dampak menguatnya arus digitalisasi. Arus digitalisasi masuk secara deras ke Indonesia, demikian pula potensinya di masa depan. Tren digitalisasi tersebut mempengaruhi sendi-sendi perekonomian, mengubah pola transaksi masyarakat, baik individu maupun korporasi, dan mendisrupsi fungsi-fungsi konvensional, tidak terkecuali di sektor keuangan. (Bank Indonesia 2020b)



Gambar 9.2. Blueprint Sistem Pembayaran 2025
Sumber : Bank Indonesia, (2020b)

Catatan :

- BI-FAST = Bank Indonesia-*Fast Payment*
- QRIS = *Quick Response Code Indonesia Standard*
- RTGS = *Real Time Gross Settlement*
- CCP = *Central Counterparty*
- CSD = *Central Securities Depository*
- ETP = *Electronic Trading Platform*
- SSS = *Securities Settlement System*
- TR = *Trade Repository*

Terkait dengan sistem pembayaran, Bank Indonesia sudah merilis blueprint sistem pembayaran 2025, yang memuat lima inisiatif, yaitu *open banking*, sistem pembayaran ritel, infrastruktur pasar keuangan, data, dan pengaturan perizinan

pengawasan. Kelima inisiatif ini dijabarkan BI ke 23 *key deliverables* melalui tiga pendekatan, yaitu *industrial approach*, *regulatory approach*, dan *collaborative approach* (Lihat Gambar 10.2).

9.1.2 Sistem Pembayaran Internasional

Menurut Simatupang (2021), sistem pembayaran internasional terjadi karena perdagangan internasional. Umumnya, pembayaran internasional menggunakan beberapa cara, antara lain:

1. *Advance payment* atau *cash payment*. Pembayaran ini dapat dilakukan oleh *applicant* atau *importir* dengan cara menyerahkan *cheque* (cek) atau *bank draft*, atau dengan mentransfer sejumlah uang sesuai *sales contract* (SC) kepada *beneficiary* sebagai eksportir. Beberapa jenis *advance payment* mencakup *payment with order* (pembayaran untuk barang dan biaya lainnya), *partial payment with order* (pembayaran hanya untuk barang), dan *payment on document* (pembayaran dilakukan jika eksportir telah melaksanakan pengapalan barang).
2. *Open account*. Pembayaran jenis ini dilakukan setelah *applicant* menerima barang yang dikirim oleh *beneficiary* dengan mentransfer sejumlah uang sesuai kesepakatan dalam SC (*sales contract*). Periode waktu pembayaran umumnya 30 hari, 50 hari, dan 90 hari. Pembayaran jenis ini jarang dilakukan karena risiko sepenuhnya ada pada *beneficiary*.
3. *Consignment*. Transaksi jenis *consignment* melibatkan tiga pihak, yaitu *seller*, *agent*, dan *buyer*. Pembayaran oleh *agent* hanya dapat dijalankan apabila barang telah laku terjual oleh *buyer* sesuai *sales contract*, selanjutnya *agent* menjalankan pembayaran kepada *seller* sesuai dengan *consignment agreement*. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer atau *remittance*.
4. *Collection*. Pembayaran jenis *collection* atau biasa disebut inkaso ini, dilakukan dengan cara eksportir atau *beneficiary*

minta bantuan banknya dalam melakukan penagihan kepada importir atau *applicant*. Penagihan ini merupakan imbalan dari penyerahan dokumen *Bill of Lading* (B/L) atau *Air Way Bill* (AWB). Terdapat dua jenis *collection*, yaitu *clean collection* (penagihan menggunakan draft saja, tanpa harus melengkapi dokumen transaksi), dan *documentary collection* (menggunakan draft dan dokumen pengiriman lain, seperti faktur, dokumen asuransi, surat keterangan asal [SKA], dan dokumen lainnya).

5. *Letter of Credit* (L/C) dan *Stand by Letter of Credit* (SBLC). Pembayaran ini dilakukan atas dasar adanya *sales contract* (SC), sebagai *underlying* transaksi. L/C digunakan sebagai alat pembayaran, sedangkan SBLC sebagai alat penjaminan. L/C yang diakses di Indonesia adalah *irrevocable* L/C. Tata cara komunikasi dalam proses transaksi L/C dan SBLC menggunakan SWIFT (*Society for World wide Interbank Financial Telecommunication*). Proses transfer uang dilakukan oleh *issuing bank* (bank penerbit) ke *negotiating bank* (bank penegosiasi), setelah ada klaim oleh *beneficiary* ke *negotiating bank* dengan melengkapi dokumen L/C dan dokumen pengapalan barang (B/L atau AWB) atau untuk SBLC, klaim ke bank penerbit SBLC dapat diajukan bilamana pemberi SBLC (*applicant*) *default* (gagal bayar).

9.1.3 Sistem Pembayaran Indonesia

Masyarakat kini dihadapkan pada berbagai macam pilihan instrumen pembayaran yang semakin bervariasi. Terjadi pergeseran instrumen yang semula menggunakan *paper-based instrument* seperti cek dan bilyet giro ke penggunaan *card based* dan *electronic based instrument* terlihat dari semakin terbiasanya masyarakat bertransaksi dengan kartu kredit, kartu ATM/Debet, uang elektronik baik *chip based* maupun *server based* sebagai alat pembayaran.

Bank Indonesia menyatakan alat pembayaran di Indonesia berkembang sangat pesat dan maju. Alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*non-cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*) misalnya cek dan bilyet giro yang diproses menggunakan mekanisme kliring/*settlement*. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless* seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai Kartu ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar (*card-based*). (Bank Indonesia 2020b)

9.1.4 QR Code Indonesia Standard (QRIS)

Hayes (2020) menyatakan bahwa kode respon cepat (QR, *quick respond*) adalah jenis kode batang (*barcode*) yang dapat dibaca dengan mudah oleh perangkat digital dan yang menyimpan informasi sebagai rangkaian piksel (*series pixels*) dalam kotak berbentuk persegi (*square-shaped grid*). Kode QR sering digunakan untuk melacak informasi tentang produk dalam rantai pasokan dan sering digunakan dalam kampanye (*campaign*) pemasaran dan periklanan Kode QR ditemukan dan dikembangkan pada 1990 oleh Denso Wave, perusahaan anak Toyota. Kode QR dapat dipindai secara digital oleh perangkat seperti ponsel. Kode QR dianggap sebagai kemajuan dari barcode satu dimensi, dan merupakan barcode dua dimensi yang telah disetujui sebagai standar internasional pada 2000 oleh *International Organization for Standardization* (ISO) dan IEC (*the International Electrotechnical Commission*) 18004-2015.

Ketentuan QRIS dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 tanggal 25 Februari 2022 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran. (Bank Indonesia 2022). Dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran. (Bank Indonesia 2019a)

Bank Indonesia (2020a) menyatakan *Quick Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Beberapa pihak yang terlibat dalam Penggunaan QR Code adalah:

1. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Terdiri dari prinsipal, penerbit, penyelenggara kliring, penyelenggara penyelesaian akhir, penyelenggara transfer dana, penyelenggara dompet elektronik, penyelenggara *switching*, dan penyelenggara *payment gateway*.
2. Lembaga Gerbang Pembayaran Nasional (GPN). Terdiri dari lembaga standar, lembaga *switching*, dan lembaga *services* penyelenggara penunjang. Mereka adalah pihak yang bekerja sama dengan *merchant* (*merchant aggregator*).

Keunggulan dari kode QR adalah dapat digunakan sebagai sarana pembayaran (*payment*), *commercial tracking system*, *product label*, *transfer*, *entertainment*, *marketing*, dan terhubung ke halaman (*link to websites*). Keunggulan lainnya, kode QR dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal dan vertikal, mempunyai kapasitas data yang lebih besar dibandingkan *barcode* horizontal, dan mempunyai kemampuan untuk tetap dapat dibaca walaupun 30% kode rusak atau kotor.

Bank Indonesia (2020a) Jenis Pembayaran menggunakan QRIS :

1. *Merchant Presented Mode (MPM) Statis*

Jenis pembayaran ini paling mudah, merchant cukup memajang satu sticker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukkan nominal, masukkan PIN dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima pengguna ataupun merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil.



Gambar 9.3. *Merchant Presented Mode (MPM) Statis*
Sumber : Bank Indonesia (2020a)

2. *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*

QR dikeluarkan melalui suatu device seperti mesin EDC atau smartphone dan gratis. Merchant harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM Dinamis sangat cocok untuk merchant skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi.



Gambar 9.4. *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*
Sumber : Bank Indonesia (2020a)

3. *Customer Presented Mode (CPM)*

Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh merchant. QRIS CPM lebih ditujukan untuk merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern.



Gambar 9.5. *Customer Presented Mode (CPM)*
Sumber : Bank Indonesia (2020a)

Manfaat-manfaat QRIS tidak saja dirasakan oleh penyelenggara, tetapi juga *merchant*, antara lain:

1. Pelaksanaan tren pembayaran nontunai secara digital (LinkAja, OVO, Dana, Gopay, Paytren, MoBri, CIMB Go Mobile, dan *digital payment* lainnya),
2. Peningkatan *traffic* penjualan,

3. Penurunan biaya pengelolaan uang tunai: tidak memerlukan kembalian, uang penjualan langsung tersimpan di rekening bank, dan terhindar dari risiko uang tunai hilang),
4. Penghindaran dari pembayaran akan uang palsu,
5. *Record history* mutasi rekening dapat dilihat sewaktu-waktu,
6. Terbangunnya profil kredit untuk menciptakan kesempatan kredit,
7. Kemudahan pembayaran tagihan, seperti pembayaran listrik, air, retribusi, dan pembayaran secara nontunai, baik secara langsung di tempat *merchant* maupun dari mana saja, dan
8. Kepatuhan pada program yang dilakukan oleh Bank Indonesia, Kementerian, dan Pemerintah Daerah.

9.1.5 Gerbang Pembayaran Nasional (GPN)

Bank Indonesia menerbitkan PBI No. 19/8/PBI/2017 tentang Gerbang Pembayaran Nasional (*National Payment Gateway*) dalam rangka mewujudkan sistem pembayaran nasional yang lancar, aman, efisien, dan andal. (Bank Indonesia 2017) menyatakan bahwa Gerbang Pembayaran Nasional (*National Payment Gateway*) yang selanjutnya disingkat GPN (NPG) adalah sistem yang terdiri atas standar, *switching*, dan *services* yang dibangun melalui seperangkat aturan dan mekanisme (*arrangement*) untuk mengintegrasikan berbagai instrumen dan kanal pembayaran secara nasional.

Ruang lingkup GPN mencakup transaksi pembayaran secara domestic yang meliputi:

1. Interkoneksi *switching*. Interkoneksi dan interoperabilitas kanal pembayaran berupa kanal ATM, *electronic data capture* (EDC), agen, *payment gateway*, dan kanal pembayaran lainnya; dan

2. Interoperabilitas instrumen pembayaran berupa kartu ATM dan/atau kartu debit, kartu kredit, uang elektronik, dan instrument pembayaran lainnya.

Terdapat beberapa pihak dalam GPN, antara lain penyelenggara GPN dan pihak yang terhubung dengan GPN. Pihak penyelenggara GPN meliputi lembaga standar, lembaga *switching*, dan lembaga *service*. Pihak yang terhubung dengan GPN meliputi penerbit, *acquirer*, penyelenggara *payment gateway*, dan pihak lainnya yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, seperti bank umum, bank umum syariah, dan lembaga selain bank. BPR (Bank Perkreditan Rakyat) hanya dapat terhubung dengan GPN melalui bank umum atau bank umum syariah. Fitur layanan GPN terdiri dari pembayaran, transfer, tarik tunai, cek saldo, dan/atau fitur layanan lainnya. Kewajiban penyediaan fitur layanan mengacu pada ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan ketentuan Bank Indonesia yang mengatur uang elektronik.

9.2 Penyelesaian (*Settlement*)

Bank Indonesia sebagai penyelenggara kegiatan *settlement* transaksi-transaksi melalui Sistem Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS), Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI), dan Bank *Indonesia Scripless Securities Settlement System* (BI-SSSS) juga terus berupaya memperbaiki dan memperbaharui mekanisme sistem yang ada agar selalu efisien, aman, dan sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang selalu berkembang.

Penguatan infrastruktur tercermin dimana Bank Indonesia sebagai penyelenggara sistem pembayaran mulai mengoperasikan layanan *settlement Payment-versus-Payment* (PvP) pada Sistem Bank *Indonesia Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS). Layanan penyelesaian *settlement* dari transaksi jual beli valuta asing khususnya *United States Dollar* (USD) terhadap *Indonesian* Rupiah (IDR) dilakukan secara

bersamaan. Hal ini untuk menghindari terjadinya risiko kegagalan *settlement* pada saat pertukaran nilai uang dilakukan. Selain itu, dengan kecenderungan transaksi pembayaran ke depan yang semakin tiada batas, tentu memunculkan kebutuhan likuiditas yang semakin tinggi bagi para pelaku ekonomi, antara lain munculnya ragam derivasi produk keuangan global dan hilangnya batasan wilayah ekonomi regional yang digagas melalui MEA maupun kerjasama regional lainnya.

Selain PvP, penguatan infrastruktur lainnya adalah penyatuan penyelenggaraan fungsi *settlement* surat berharga BI-SSSS ke dalam penyelenggaraan fungsi sistem pembayaran dan settlement di Bank Indonesia. Penyatuan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi penyelenggaraan kegiatan settlement dana dan surat berharga berikut infrastruktur dan sumber daya manusia yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas layanan Bank Indonesia kepada *stakeholders* terkait. (Bank Indonesia 2020b)

9.2.1 Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS)

Pada 17 November 2000, Bank Indonesia mulai mengoperasikan BI-RTGS yang proses penyelesaian transaksinya diselesaikan seketika (*real time*). Transaksi ini dilakukan untuk memproses nilai transaksi yang besar (*High Value Payment System*, HVPS), yaitu Rp. 100 juta ke atas dan bersifat segera. (Bank Indonesia 2020c)

Manfaat sistem BI-RTGS adalah meningkatkan kepastian penyelesaian akhir (*settlement finality*) setiap transaksi pembayaran, yang berarti mengurangi risiko penyelesaian akhir (*minimizing settlement risk*). BI-RTGS juga menjadi sarana transfer dana antarbank yang praktis, cepat, efisien, aman, dan andal. BI-RTGS juga dilengkapi dengan mekanisme sentralisasi rekening giro sehingga menjadi sarana yang dapat diandalkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan dana (*management fund*), baik bagi peserta maupun pihak otoritas moneter dan perbankan. Bagi Bank Indonesia sendiri sebagai otoritas,

informasi mengenai pengelolaan dana perbankan menjadi informasi pendukung dalam menjalankan kegiatan operasi moneter dan *early warning system* pengawasan bank.

BI-RTGS didesain untuk memastikan *settlement* akhir dapat dilakukan secara *gross settlement, real time, final, dan irrevocable*. Penyelesaian transaksi BI-RTGS dilakukan per transaksi secara seketika dan tidak dapat dibatalkan. Penyelesaian *real time* terbatas pada proses pengiriman transaksi dari peserta pengirim kepada Bank Indonesia untuk diteruskan kepada peserta penerima. Sementara itu waktu penyelesaian akhir transaksi transfer nasabah pada rekeningnya tergantung pada kondisi dan standar sistem pemrosesan pengiriman dan penerimaan transaksi internal peserta, sehingga dapat saja terjadi perbedaan waktu antara penyelesaian akhir pada BI-RTGS dan penerimaan transfer dana pada rekening nasabah.

Sistem antrean (*queue*) transaksi diterapkan dalam BI-RTGS dan transaksi BI-RTGS hanya dapat diproses *settlement* apabila peserta memiliki dana yang cukup (prinsip *no money no game*). Transaksi yang telah masuk dalam antrean dapat diselesaikan segera setelah peserta menerima transaksi masuk atau menyetorkan tambahan dana. Penerapan antrean ini mengharuskan peserta mengelola likuiditasnya secara bijaksana agar seluruh transaksinya dapat terselesaikan dengan baik di akhir hari.

BI-RTGS juga dilengkapi dengan mekanisme *gridlock resolution*. Mekanisme ini bertujuan untuk mencegah kemacetan (*gridlock*), yaitu kondisi ketika sejumlah peserta tidak mampu menyelesaikan kewajibannya karena masih menunggu tagihannya diselesaikan. *Gridlock resolution* dijalankan secara otomatis pada BI-RTGS pada setiap waktu tertentu.

Bank Indonesia (BI) membuat pengaturan jadwal operasional sebagai berikut :

Tabel 9.1. Jadwal Operasional BI-RTGS (WIB)

Jadwal Operasional BI-RTGS (WIB)		
1.	Buka Sistem RTGS Central Computer (Open RCC)	06:30
2.	Waktu Transfer Berdasarkan Transaksi	
	a. Transaksi Bank untuk Penarikan dan Penyetoran Uang Tunai	06:30 - 11:00
	b. Pelimpahan Setoran Penerimaan Negara untuk Kantor Pembendaharaan Penerimaan	06:30 - 16:30
	c. Transaksi Bank atas nama Nasabah	06:30 - 16:30
	d. Transfer Antar Bank	06:30 - 17:00
	e. Pengiriman Hasil Kliring oleh BI (<i>Clearing Interface</i>)	11:00 - 16:30
	f. Penyelesaian Akhir Transaksi Operasi Pasar Terbuka (OPT) Bank Sentral	06:30 - 17:00
	h. Transaksi Bank Indonesia (<i>BI Cover Position</i>)	18:00 - 19:00
	g. Pelimpahan Setoran Penerimaan Negara untuk Kantor Pembendaharaan Penerimaan	06:30 - 16:30
3.	Informasi menjelang Tutup Sistem (<i>Cut Off Warning</i>)	17.00
4.	Persiapan Tutup Sistem (<i>Pre Cut Off</i>)	18.00
5.	Tutup Sistem (<i>Cut Off Time</i>)	19.00

Sumber : Bank Indonesia (2020c)

Bank Indonesia (2020c) menetapkan biaya transaksi Sistem BI-RTGS yang seragam kepada seluruh peserta Sistem BI-RTGS sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 9.2. Biaya dalam Penggunaan Sistem BI-RTGS

Jenis Biaya	s.d Pukul 10.00 WIB	> Pukul 10.00 s.d. 14.00 WIB	> 14.00 WIB
BI ke Bank (belum termasuk pajak)	Rp6.000,00	Rp15.000,00	Rp21.000,00
Bank ke Nasabah	Maksimal Rp30.000,00		

Sumber : Bank Indonesia (2020c)

Bank Indonesia juga mengenakan biaya dalam penggunaan sistem BI-RTGS sebagaimana ditampilkan pada Tabel 10.2. Biaya ini berlaku seragam kepada seluruh peserta sistem BI-RTGS.

Catatan terhadap biaya ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Biaya transaksi *single credit* adalah biaya yang dikenakan untuk pengiriman satu kali transaksi.
2. Biaya transaksi *Multiple credit* adalah biaya yang dikenakan untuk pengiriman transaksi yang bersifat bundel untuk dua transaksi atau lebih sampai dengan sepuluh transaksi.

Biaya pengiriman transaksi dibedakan atas dasar periode pagi, siang, dan sore hari. Kebijakan pembedaan ini bertujuan untuk mendorong peserta agar mengirimkan transaksi lebih awal sehingga distribusi pengiriman transaksi dapat terjaga dengan baik sepanjang jam operasional RTGS. Selain biaya tersebut, Bank Indonesia dapat pula mengenakan biaya atas pengiriman *administrative message*, penggunaan *guest bank*, dan biaya lainnya.

Pengenaan biaya Sistem BI-RTGS oleh peserta kepada nasabah dapat berbeda-beda sesuai kebijakan masing-masing peserta Sistem BI-RTGS untuk memproses transaksi nasabah melalui Sistem BI-RTGS, antara lain biaya investasi, pemeliharaan aplikasi, biaya personil dan biaya lainnya. Namun demikian, Bank Indonesia mengatur biaya Transfer Dana yang dapat dikenakan kepada nasabah paling banyak Rp30.000,00 (tiga puluh ribu rupiah).

Bank Indonesia mewajibkan setiap bank mengumumkan tarif biaya Sistem BI-RTGS, baik yang dibebankan oleh Bank Indonesia kepada peserta, maupun biaya yang dikenakan peserta kepada nasabahnya di setiap kantor peserta pada tempat yang mudah terlihat oleh nasabah.

9.2.2 BI-Scripless Securities Settlement System (BI-SSSS)

BI-SSSS merupakan sarana transaksi dengan Bank Indonesia, termasuk penatausahaannya dan penatausahaan surat berharga secara elektronik, serta terhubung langsung antara peserta, penyelenggara, dan sistem Bank Indonesia-*Real Time Gross Settlement* (Sistem BI-RTGS) (Bank Indonesia 2018)

BI-SSSS menggabungkan sistem transaksi Bank Indonesia dengan sistem penatausahaan surat berharga. Kegiatan transaksi Bank Indonesia mencakup:

1. pelaksanaan Operasi Pasar Terbuka (OPT),
2. pemberian fasilitas pendanaan Bank Indonesia kepada bank, dan
3. pelaksanaan transaksi surat berharga negara (SBN) untuk dan atas nama pemerintah.

Sementara kegiatan penatausahaan surat berharga mencakup setelmen, registrasi kepemilikan, dan pembayaran kupon/ pelunasan surat berharga.

Kegiatan transaksi dan penatausahaan dilakukan dalam satu system yang terintegrasi dan terhubung langsung (*online*) antara Bank Indonesia dan para pelaku pasar. Selain itu, BI-SSSS juga mencakup sistem informasi antarpeserta dan penyelenggara BI-SSSS, sistem setelmen surat berharga, dan sistem penatausahaan surat berharga.

Setelmen surat berharga melalui BI-SSSS dilakukan secara *seamless* dengan sistem setelmen dana peserta melalui sistem BI-RTGS yang memungkinkan peserta BI-SSSS memanfaatkan fasilitas setelmen secara *delivery versus payment* (DVP) yang dapat dilakukan secara cepat dan seketika sehingga risiko setelmen surat berharga dapat diminimalkan.

Sesuai dengan fungsinya, peserta BI-SSSS terdiri dari:

1. peserta penerbit, yaitu Bank Indonesia dan departemen keuangan,
2. peserta transaksi, yaitu Bank Indonesia, bank, perusahaan pialang, pasar uang dan perusahaan efek, serta lembaga lain yang disetujui oleh Bank Indonesia seperti Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dan
3. peserta transaksi sekaligus sebagai pemilik rekening surat berharga, yaitu Bank Indonesia, bank, dan *sub-registry*.

Bank Indonesia menyatakan bahwa pengembangan BI-SSSS mengacu pada standar internasional "*Recommendations for Securities Settlement Systems*" dari *Committee of Payment and Settlement System* (CPSS) dan *The International Organization of Securities Commissions* (IOSCO). BI-SSSS selalu melakukan penyesuaian dan pengembangan terhadap aplikasi-aplikasinya untuk mengakomodasi kebutuhan perkembangan pasar keuangan domestik.

9.3 Kliring (*Clearing*)

Kliring adalah pertukaran warkat atau Data Keuangan Elektronik (DKE) antar peserta kliring baik atas nama peserta maupun atas nama nasabah peserta yang perhitungannya diselesaikan pada waktu tertentu.

Berdasarkan PADG NO.21/12/PADG/2019, Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI) adalah infrastruktur yang digunakan oleh Bank Indonesia dalam Penyelenggaraan Transfer Dana dan Kliring Berjadwal untuk memproses data keuangan elektronik pada layanan transfer dana, layanan kliring warkat debit, layanan pembayaran reguler, dan layanan penagihan reguler. (Bank Indonesia 2019b)

1. Layanan Transfer Dana adalah layanan dalam SKNBI yang memproses pemindahan sejumlah dana antar-Peserta dari satu pengirim kepada satu penerima.
2. Layanan Kliring Warkat Debit adalah layanan dalam SKNBI yang memproses penagihan sejumlah dana yang dilakukan antar-Peserta dari satu pengirim tagihan kepada satu penerima tagihan, disertai dengan fisik warkat debit.
3. Layanan Pembayaran Reguler adalah layanan dalam SKNBI yang memproses pemindahan sejumlah dana antar-Peserta dari satu/beberapa pengirim kepada satu/beberapa penerima.
4. Layanan Penagihan Reguler adalah layanan dalam SKNBI yang memproses penagihan sejumlah dana antar-Peserta dari satu pengirim tagihan kepada beberapa penerima tagihan.

Tabel 9.3. Biaya dalam Penggunaan Layanan SKNBI

No.	Layanan SKNBI	BI ke Bank	Bank ke Nasabah
1	Layanan Transfer Dana	Rp1,00/DKE	Maksimal Rp2.900,00
2	Layanan Kliring Warkat Debit	Rp1.000,00/DKE	Maksimal Rp5.000,00
3	Layanan Pembayaran Reguler	Rp500,00/rincian transaksi	Maksimal Rp5.000,00
4	Layanan Penagihan Reguler	Rp500,00/rincian transaksi	Maksimal Rp5.000,00

Sumber : (Bank Indonesia 2019b)

Layanan Penagihan/Pembayaran Reguler (Bulk) merupakan layanan dalam SKNBI yang memproses penagihan/pemindahan sejumlah dana antar peserta dari 1 (satu) pengirim tagihan kepada beberapa penerima tagihan/sebaliknya. Layanan ini baru dilakukan pada Mei 2016.

Tabel 9.4. Jadwal Operasional Layanan SKNBI

No	Kegiatan	Jam Operasional*
1	Sistem Buka	06.30
2	Layanan Transfer Dana dan Pembayaran Reguler	
	a. Setelmen ke 1	08.00
	b. Setelmen ke 2	09.00
	c. Setelmen ke 3	10.00
	d. Setelmen ke 4	11.00
	e. Setelmen ke 5	12.00
	f. Setelmen ke 6	13.00
	g. Setelmen ke 7	14.00
	h. Setelmen ke 8	15.00
	i. Setelmen ke 9	16.45

No	Kegiatan	Jam Operasional*
3	Kliring Warkat Debit	
	a. Setelmen Wilayah Zona I	13.30
	b. Setelmen Wilayan Zona II	14.30
	c. Setelmen Wilayah Zona III	15.30
	d Setelmen Wilayah Zona IV	12.00
4	Layanan Penagihan Reguler	
	Setelmen	16.00
5	Sistem Tutup	16.45

Sumber : (Bank Indonesia 2019b)

Nilai kliring adalah nominal/nilai dari DKE yang diproses dalam SKNBI dalam waktu tertentu.

1. Nilai kliring debit penyerahan adalah nominal/nilai transaksi dalam satuan mata uang tertentu (Rupiah) dari DKE pada kliring debit penyerahan yang diproses dalam SKNBI pada periode waktu.
2. Nilai kliring kredit adalah nominal/nilai transaksi dalam satuan mata uang tertentu (Rupiah) dari DKE pada kliring kredit penyerahan yang diproses dalam SKNBI pada periode waktu tertentu.

Peserta kliring adalah pihak yang telah memenuhi persyaratan dan telah memperoleh persetujuan dari penyelenggara sebagai peserta.

Volume kliring adalah jumlah DKE yang diproses dalam SKNBI dalam waktu tertentu :

1. Volume kliring debit adalah jumlah aktivitas (frekuensi) DKE pada kliring debit penyerahan yang diproses dalam SKNBI pada periode waktu tertentu yang meliputi instrument cek, bilyet giro, dan warkat debit lainnya.

2. Volume kliring kredit adalah jumlah aktivitas (frekuensi) DKE pada kliring kredit penyerahan yang diproses dalam SKNBI pada periode waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2017. Peraturan Bank Indonesia No. 19/8/PBI/2017 Tentang Gerbang Pembayaran Nasional (National Payment Gateway). Available at: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_190817.aspx [Accessed: 9 April 2023].
- Bank Indonesia. 2018. Pengantar Sistem BI-SSSS. Available at: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/nilai-besar/bi-ssss/default.aspx#floating-1> [Accessed: 10 April 2023].
- Bank Indonesia. 2019a. Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran. Available at: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/padg_211819.aspx [Accessed: 9 April 2023].
- Bank Indonesia. 2019b. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI). Available at: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/infrastruktur/default.aspx> [Accessed: 10 April 2023].
- Bank Indonesia. 2020a. QR Code Indonesian Standard (QRIS). Available at: <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx> [Accessed: 9 April 2023].
- Bank Indonesia. 2020b. Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia. Available at: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx> [Accessed: 9 April 2023].

- Bank Indonesia. 2020c. Sistem BI-RTGS. Available at: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/nilai-besar/RTGS/default.aspx> [Accessed: 9 April 2023].
- Bank Indonesia. 2022. Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 Tanggal 25 Februari 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran. Available at: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PADG_240122.aspx [Accessed: 9 April 2023].
- Hayes, A. 2020. Quick Response (QR) Code. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/q/quick-response-qr-code.asp> [Accessed: 9 April 2023].
- Simatupang, B.M. 2021. *Perbankan Digital: Menuju Bank 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

BAB 10

CRYPTOCURRENCY

Oleh Johni S Pasaribu

10.1 Pendahuluan

Cryptocurrency adalah media pertukaran digital yang dapat digunakan untuk membeli barang dan jasa di seluruh dunia selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu. Ada ribuan cryptocurrency yang diperdagangkan hari ini, tetapi yang paling terkenal adalah Bitcoin, yang jelas memiliki pangsa pasar tertinggi. Cryptocurrency diperdagangkan secara global tetapi tidak didukung oleh bank atau pemerintah. Mereka semakin diterima, terutama di negara-negara dengan sistem perbankan terbelakang. Bitcoin, khususnya, telah menarik perhatian investor karena persediaannya yang terbatas dan kenaikan harga baru-baru ini (Ramli, 2023). Karena tidak menghasilkan arus kas dan sebaliknya berdagang berdasarkan permintaan pengguna dan sentimen investor, cryptocurrency harus dianggap sebagai investasi spekulatif, dengan risiko tinggi yang terkait tidak hanya dengan volatilitas harganya, tetapi juga persaingan dan regulasi di masa depan (Turle, 2022).

Dalam ekonomi global yang dinamis ini, di mana teknologi adalah faktor yang paling berpengaruh, umat manusia harus bersiap secara tak terduga. Ketika tagihan dan pembelian menjadi virtual dan sebelum perusahaan ekonomi mulai mengkategorikannya sebagai pengubah terbesar, ada informasi tentang peralihan mata uang secara virtual. Ini hanya membuktikan bahwa kemajuan teknologi dan inovasi akan terbukti menjadi pasokan yang konsisten dan bahwa dunia harus selalu siap untuk perubahan dengan pikiran terbuka. Kontrol pembentukan transaksi, unit tambahan, dan konfirmasi transfer

aset. Cryptocurrency dikategorikan sebagai bagian dari mata uang virtual dan juga dikategorikan sebagai bagian dari peluang dan mata uang digital

Di antara warga negara biasa, cryptocurrency adalah konsep baru, dan arena terbagi atas apakah secara teknis atau terbuka. Dalam koin virtual negara yang memantau strategi enkripsi untuk menentukan komposisi seluruh uang kertas dan untuk menunjukkan keaslian transaksi tunai, lembaga keuangan terkait bekerja secara independen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa definisi ini dapat digunakan dalam definisi cryptocurrency yang merupakan fitur lain dari mata uang asing yang dimiliki manusia. Oleh karena itu, bahwa aset cryptocurrency dapat disebut sebagai metode kedua dari koin, yaitu virtual, yang telah disetujui oleh orang-orang bahwa itu sangat berharga. Ini memiliki semua elemen dasar mata uang tetapi cryptocurrency tidak memiliki nilai sebenarnya dan tetap saja, orang menganggapnya sebagai pendanaan dalam keinginan mereka. Dalam kasus pertukaran uang tunai seperti dolar, euro, rupee, cryptocurrency memperdagangkan segalanya (Luther, 2015).

Pasar Indonesia tidak lepas dari unsur teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi akan sangat erat kaitannya dengan bidang investasi, khususnya keuangan. Cryptocurrency atau mata uang digital adalah hasil dari perkembangan teknologi keuangan. Mata uang digital mulai banyak digunakan sebagai alat pembayaran melalui internet. Mata uang ini dibuat dengan tujuan agar pembayaran menjadi lebih mudah dan aman. Penggunaan teknologi Blockchain menyebabkan biaya transaksi menjadi lebih murah. Kebijakan pemerintah melalui Bank Indonesia melarang transaksi menggunakan Cryptocurrency karena berdampak negatif terhadap sistem keuangan, stabilitas moneter dan sistem pembayaran di Indonesia. Bab ini memberikan pemahaman tentang Cryptocurrency kepada pasar Indonesia. Dalam teknologi yang ditawarkan, cryptocurrency merupakan pengembangan dari financial technology yang memungkinkan untuk

menggantikan uang kertas dalam transaksi keuangan di masa depan. Ke depannya, harapannya adalah pemerintah mengkaji teknologi cryptocurrency lebih dalam lagi agar kebijakan yang dikeluarkan tidak melarang sekaligus melindungi pasar Indonesia (Widyastuti, Maria and Hermanto, 2021).

10.2 Definisi cryptocurrency dan blockchain

Cryptocurrency adalah aset digital yang dirancang untuk berfungsi sebagai media pertukaran menggunakan kriptografi yang kuat untuk mengamankan transaksi keuangan, mengontrol pembuatan unit tambahan, dan memverifikasi transfer aset. Cryptocurrency menggunakan kontrol terdesentralisasi sebagai lawan dari mata uang digital terpusat dan sistem Bank Sentral (Arvind Narayanan, Joseph Bonneau, Edward Felten, Andrew Miller, 2017).

Apa itu mata uang kripto? Cryptocurrency adalah mata uang digital yang menerapkan penggunaan kriptografi sebagai sarana keamanan. Kriptografi dalam konteks ini adalah istilah teknis untuk menggunakan enkripsi (kode) untuk membuktikan siapa yang mengendalikan apa. Satukan keduanya dan akan memiliki koin digital yang sepenuhnya dimiliki oleh operatornya. Harus ada penekanan pada istilah “carrier” karena cryptocurrency bisa hilang seperti halnya mata uang fisik. Dengan cara yang sama seperti \$20 jatuh dari saku seseorang, kehilangan kunci pribadi ke dompet kripto berarti kehilangan akses ke dana – dompet kripto pada dasarnya adalah celengan digital yang terhubung langsung ke blockchain, menyimpan kunci pribadi, dan dapat hanya dapat diakses dengan memasukkan kode sandi pribadi. Seseorang yang lalai menyalin kunci pribadi ke dompetnya dapat dikunci dari dananya jika file dompet rusak. Hingga saat ini, diperkirakan 3,7 juta bitcoin telah hilang (Arvind Narayanan, Joseph Bonneau, Edward Felten, Andrew Miller, 2017).

Cryptocurrency semakin dikenal oleh banyak orang di Indonesia. Ini adalah salah satu representasi blockchain yang dampaknya langsung dinikmati oleh masyarakat, potensi lainnya masih digali. Keamanan di balik cryptocurrency terletak pada blockchain, buku besar atau database terbuka, terdistribusi, terdesentralisasi yang mencatat semua transaksi secara elektronik. Berbeda dengan menulis cek yang melibatkan komputer bank yang melacak akun penulis cek, kepemilikan cryptocurrency dilacak melalui blockchain, dan melibatkan jaringan global "penambang" yang menggunakan puluhan ribu komputer untuk mengenkripsi dan melacak transaksi.

10.2.1 Arti cryptocurrency

Cryptocurrency adalah uang digital terdesentralisasi, berdasarkan teknologi blockchain. Sepertinya banyak yang akrab dengan versi paling populer, Bitcoin dan Ethereum, tetapi sebenarnya ada lebih dari 9.000 mata uang kripto yang bergerak, menurut CoinMarketCap (CoinMarketCap, 2023). Orang dapat menggunakan kripto untuk membeli barang dan jasa biasa, meskipun banyak orang memasukkan uang ke dalam mata uang kripto sebagaimana halnya mereka bisa dalam barang-barang berbeda, seperti saham atau logam mulia. Sementara cryptocurrency adalah aset yang unik dan menarik, membelinya mungkin bisa tidak stabil karena harus melakukan sejumlah penelitian untuk benar-benar memahami bagaimana memahami bagaimana cara kerja setiap sistem (Ashford and Curry, 2023). Cryptocurrency adalah bagian penting dari blockchain. Era buku besar terdistribusi dibangun pada algoritma konsensus yang mengatur munculnya blok baru. Semua peserta dalam komunitas P2P harus menerima pengiriman sebuah blok agar dapat didaftarkan dalam blockchain. Ada banyak bentuk konsensus dengan PoW (proof-of-work), PoS (proof-of-stake), DPoS (delegated proof-of-stake), dan PoA (proof-of-authority) beberapa yang paling populer (Parma Bains, 2022). (Olha Anurina, 2021).

Cryptocurrency (mata uang kripto atau kripto) adalah aset virtual yang dirancang untuk dicirikan sebagai media perdagangan di mana fakta individu tentang kepemilikan koin disimpan dalam buku besar dalam tata letak basis data terkomputerisasi menggunakan kriptografi yang efektif untuk memastikan fakta transaksi, melacak koin yang lebih besar keluar, dan mengkonfirmasi sakelar kepemilikan koin. Biasanya tidak ada dalam bentuk konkret (bentuk fisik) dan tidak disalurkan melalui otoritas kritis pada umumnya. Mata uang kripto umumnya menggunakan otoritas terdesentralisasi dibandingkan dengan mata uang virtual terpusat dan sistem perbankan kritis. Ketika mata uang kripto dicetak atau dipasang sebelum diterbitkan atau diterbitkan melalui satu penerbit, biasanya disebut terpusat. Ketika diimplementasikan dengan kontrol terdesentralisasi, yang berfungsi sebagai basis data transaksi ekonomi publik, setiap cryptocurrency beroperasi melalui teknologi ledger yang dicairkan, umumnya blockchain

10.2.2 Arti blockchain

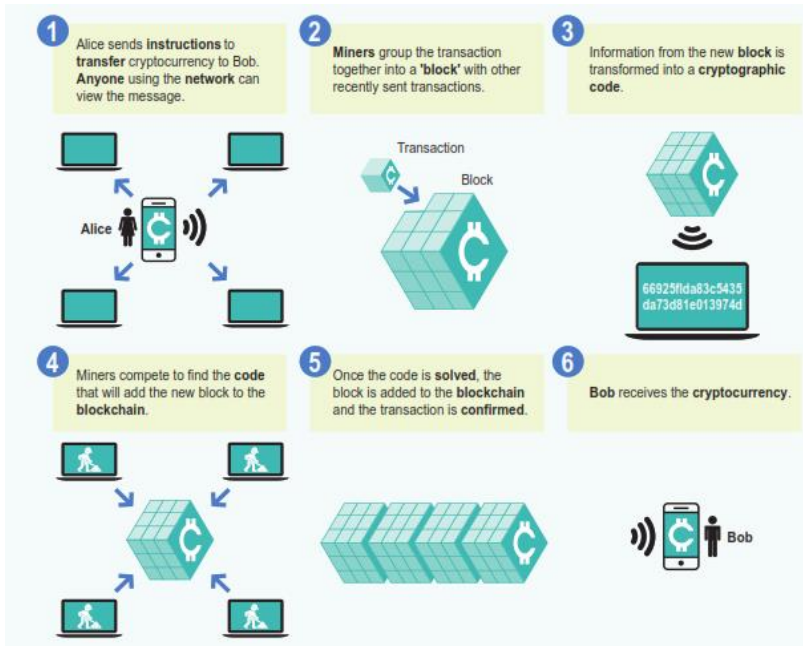
Sebagai struktur terdesentralisasi yang meningkat dan paradigma komputasi terdistribusi yang mendasari Bitcoin dan mata uang kripto yang berbeda, blockchain telah menarik perhatian luas dalam setiap studi dan aplikasi dalam beberapa tahun terakhir (Yuan, Y., & Wang, 2018). Cryptocurrency telah menjadi salah satu struktur perangkat lunak ekonomi yang sedang tren (Raju, R., SaiVignesh, M., & Prasad, 2018). Cryptocurrency dan seluruh infrastruktur teknisnya masih belum diketahui oleh kebanyakan orang (Tomić, 2020). Cryptocurrency mengacu pada bentuk aset virtual yang menggunakan generasi ledger yang dicairkan, atau blockchain, untuk memungkinkan transaksi yang nyaman (Raphael C. G. ReuleAnd, 2019). Blockchain, konsep inti atau kekuatan di balik pemenuhan Bitcoin adalah salah satu topik paling trending dan umum untuk forex virtual belakangan ini. Blockchain berfungsi sebagai buku besar publik dan transaksi disimpan menggunakan teknik ini hampir tidak mungkin untuk dirusak. Blockchain menawarkan beberapa

fitur seperti desentralisasi, pencatatan yang dapat diaudit, garasi yang gigih, kinerja, dan keamanan. Blockchain dan penggunaannya tidak hanya terbatas pada cryptocurrency tetapi juga di berbagai bidang lainnya (Akhtar, F., Li, J. P., Belal Bin Heyat, M., Quadri, S. L., Sohail Ahmed, S., YUN, X., & Haq, 2019).

Blockchain adalah file transaksi virtual. Nama tersebut berasal dari strukturnya, yang mencakup catatan data terpisah, disebut sebagai blok, yang saling berhubungan dalam satu daftar, rantai. Blockchain digunakan untuk mengajukan transaksi dalam cryptocurrency seperti Bitcoin dan menampilkan banyak kegunaan lainnya. Setiap transaksi yang dikirim ke blockchain dibuktikan dengan menggunakan lebih dari satu sistem komputer di Internet. Sistem ini, yang dapat dikonfigurasi untuk memantau bentuk transaksi blockchain tertentu, membentuk komunitas peer-to-peer. Sebelum dikirim ke blockchain, mereka memastikan bahwa setiap transaksi valid. Komunitas sistem komputer yang terdesentralisasi ini memastikan bahwa satu perangkat tidak dapat mengunggah blok yang tidak valid ke rantai.

10.3 Cara kerja cryptocurrency

Cryptocurrency adalah media pertukaran digital, terenkripsi, dan terdesentralisasi. Berbeda dengan dolar AS atau euro, tidak ada otoritas pusat yang menjaga dan mempertahankan nilai mata uang kripto. Sebaliknya, tugas-tugas ini didistribusikan ke pengguna cryptocurrency melalui Internet. Bitcoin adalah cryptocurrency pertama yang dijelaskan Satoshi Nakamoto pada prinsipnya dalam artikel tahun 2008 berjudul "Bitcoin: Sistem E-Cash Peer-to-Peer" (Nakamoto, 2008). Nakamoto menggambarkan rencana tersebut sebagai "sistem pembayaran elektronik berdasarkan dokumen rahasia daripada kepercayaan". Bukti kriptografi ini berupa transaksi yang diverifikasi dan dicatat dalam bentuk program yang disebut blockchain.



Gambar 10.1 Contoh diagram Venn

(Sumber: (RBA, 2021))

Transaksi Cryptocurrency terjadi melalui pesan elektronik yang dikirim ke seluruh jaringan dengan instruksi tentang transaksi tersebut. Instruksi tersebut mencakup informasi seperti alamat elektronik pihak yang terlibat, jumlah mata uang yang akan diperdagangkan, dan stempel waktu. Seperti gambar 11.1 di atas, misalkan Alice ingin mentransfer satu unit cryptocurrency ke Bob. Alice memulai transaksi dengan mengirimkan pesan elektronik dengan instruksinya ke jaringan (1), di mana semua pengguna dapat melihat pesan tersebut (2). Transaksi Alice adalah salah satu dari sejumlah transaksi yang baru saja dikirim. Karena sistemnya tidak seketika, transaksi berada dengan sekelompok transaksi terbaru lainnya yang menunggu untuk dikompilasi menjadi sebuah blok (yang hanya merupakan sekelompok transaksi terbaru). Informasi dari blok diubah menjadi kode kriptografi (3) dan penambang bersaing

untuk memecahkan kode untuk menambahkan blok transaksi baru ke blockchain (4). Setelah penambang berhasil memecahkan kode, pengguna jaringan lainnya memeriksa solusinya dan mencapai kesepakatan bahwa itu valid. Blok transaksi baru ditambahkan ke akhir blockchain, dan transaksi Alice dikonfirmasi (5). (Konfirmasi ini tidak instan karena butuh waktu untuk memproses enam blok transaksi sehingga pengguna dapat yakin bahwa transaksi mereka telah berhasil) (6).

10.4 Manfaat dan kerugian cryptocurrency

Hampir semua cryptocurrency memiliki karakteristik desentralisasi, artinya tidak dikontrol oleh pemerintah pusat atau Bank Sentral. Dengan kata lain, cryptocurrency tidak terpengaruh oleh inflasi dan gejolak ekonomi yang disebabkan oleh aktivitas yang dilakukan oleh bank atau pemerintah. Teknologi Blockchain dalam cryptocurrency masih dianggap sebagai teknologi masa depan. Selain manfaat tersebut, terdapat pula resiko. Resiko yang akan dihadapi pengguna cryptocurrency, karena tidak berdasarkan analisa fundamental, sehingga sebagian besar keputusan diambil karena spekulasi. Oleh karena itu, sangat diperlukan edukasi pasar Indonesia tentang cryptocurrency agar masyarakat bisa mendapatkan pemahaman yang benar

10.4.1 Manfaat cryptocurrency

1. Kode untuk crypto uang asing – BTC (Bitcoin) menerapkan algoritme yang sama yang dapat dilakukan di perbankan online. Perbedaan standar perbankan Internet adalah pengungkapan catatan tentang pelanggan. Semua catatan tentang transaksi dalam komunitas BTC dibagikan (bagaimana, kapan), namun, tidak ada informasi tentang penerima atau pengirim uang (tidak ada hak akses ke informasi pribadi pemilik `saku`).
2. Tidak ada inflasi – sebagian besar bentuk koin dibatasi dengan tepat melalui 21 juta Bitcoin. Karena tidak ada

kekuatan atau kelompok politik yang dapat mengubah tatanan ini, tidak ada kemungkinan untuk meningkatkan inflasi di dalam gadget.

3. Komunitas cryptocurrency peer-to-peer – dalam jaringan seperti itu, tidak ada koneksi ke server, itu bertanggung jawab untuk semua operasi. Pertukaran catatan (dalam hal ini — uang tunai) adalah salah satu dari tiga atau lebih klien aplikasi perangkat lunak. Semua instalasi melalui dompet aplikasi pelanggan adalah fase komunitas bitcoin. Setiap pelanggan menyimpan dokumen dari semua transaksi yang dilakukan dan sejumlah besar bitcoin di setiap saku.
4. Peluang transaksi yang tidak terbatas – setiap pemegang dompet Bitcoin akan membayar kepada siapa pun, di mana pun, dan dalam jumlah berapa pun. Transaksi tidak dapat dikelola atau dicegah, sehingga dapat melakukan transfer di mana saja di dalam dunia di area mana pun dengan pelanggan unik memakai dompet Bitcoin.
5. Tidak ada batasan. Pembayaran yang dilakukan di gadget ini tidak layak untuk dibatalkan.

10.4.2 Kerugian cryptocurrency

1. Volatilitas yang kuat – hampir semua naik turunnya nilai BTC langsung bergantung pada pernyataan yang diumumkan oleh pemerintah di beberapa lokasi di seluruh dunia. Volatilitas ini menciptakan masalah dalam jangka pendek.
2. Risiko besar berinvestasi dalam cryptocurrency yang perlu dilihat dalam jangka menengah dan panjang. Ada beberapa daftar elemen buruk cryptocurrency (bitcoin) yang dikaitkan dengan bahaya pencucian uang, teroris dan pembiayaan aktivitas ilegal tertentu, kehilangan penerbit kritis.

10.5 Jenis-jenis cryptocurrency

Cryptocurrency dirancang untuk berfungsi sebagai media pertukaran. Variasi mata uang kripto yang tersedia di Internet melebihi 9000 dan terus meningkat (CoinMarketCap, 2023). Cryptocurrency baru dapat dibuat kapan saja. Beberapa jenis Cryptocurrency terbaik tercantum di bawah ini

1. Bitcoin (BTC): Bitcoin, salah satu mata uang paling terkenal, diyakini sebagai cryptocurrency asli. Itu dibuat pada tahun 2009 sebagai perangkat lunak perangkat lunak open source. Dengan menggunakan teknologi blockchain, pelanggan bitcoin dapat melakukan transaksi peer-to-peer yang jelas. Semua pelanggan dapat melihat transaksi; namun, mereka akan dilindungi melalui serangkaian kebijakan di dalam blockchain. Meskipun semua orang dapat melihat transaksi tersebut, pemilik bitcoin tersebut dapat mendekripsinya dengan menggunakan "kunci pribadi" yang telah diberikan kepada setiap pemilik. Berbeda dengan bank, bitcoin tidak memiliki otoritas pusat.
2. Litecoin (LTC): Litecoin dirilis pada Oktober 2011 sebagai peluang untuk bitcoin. Seperti cryptocurrency asli, Litecoin adalah cryptocurrency peer-to-peer dan tantangan perangkat lunak open source yang diluncurkan di bawah lisensi MIT / X11. Kemunculan dan peralihannya didasarkan sepenuhnya pada protokol kriptografi sumber terbuka dan terdesentralisasi.
3. Ethereum (ETH): Ethereum adalah bentuk cryptocurrency yang diusulkan pada akhir 2013 oleh Vitalik Butyrin, seorang peneliti dan programmer cryptocurrency. Itu awalnya diluncurkan pada Juli 2015. Ini adalah platform pasokan terbuka yang didasarkan sepenuhnya pada teknologi blockchain. Saat melacak kepemilikan transaksi koin tempat asing virtual, blockchain Ethereum berfokus pada menjalankan kode pemrograman dari program perangkat lunak terdesentralisasi apa pun, yang dapat

digunakan oleh pembuat perangkat lunak untuk membayar biaya transaksi dan penawaran di komunitas Ethereum.

4. Ripple (XRP): Ripple adalah mesin perjanjian bruto real-time, valuta asing, dan komunitas sakelar uang yang dibuat melalui perusahaan Amerika Ripple Labs Incorporation. Pada tahun 2012, Ripple dirilis, yang bertindak sebagai mata uang kripto dan jaringan pembayaran virtual untuk transaksi keuangan.
5. Bitcoin Cash: Ini adalah bentuk koin tempat asing virtual yang dibuat untuk mempercantik kemampuan terbaik Bitcoin. Bitcoin Cash memperluas dimensi blok, memungkinkan transaksi yang lebih besar diproses lebih cepat.
6. Ethereum Classic – Ethereum adalah model dari Blockchain Ether konvensional. Ini beroperasi kontrak pintar pada platform yang sama-sama terdesentralisasi. Kontrak pintar adalah program yang diprogram dengan tepat tanpa kemungkinan downtime, penyensoran, penipuan, atau antarmuka pihak ketiga. Seperti Ethereum, ia menawarkan token harga yang diidentifikasi sebagai "Ether Klasik", yang digunakan untuk membayar pelanggan untuk barang dagangan atau penawaran.
7. Altcoin: "Altcoin adalah campuran dari dua istilah alt dan coin dan terdiri dari semua opsi bitcoin. Bitcoin mengarah pada pemenuhannya karena koin tempat asing virtual peer-to-peer nomor satu. Banyak koin Well ingin menargetkan hambatan yang dirasakan Bitcoin, Bitcoin seharusnya memiliki keuntungan agresif untuk mencapai pemenuhan terhadap Bitcoin.

Jenis-jenis Altcoin:

Altcoin dari jenis utama meliputi cryptocurrency berbasis penambangan, stablecoin, token perlindungan, dan token aplikasi. Ada beberapa gerakan yang lebih dekat untuk mengesampingkan sebagian besar pemikiran itu dari altcoin.

- a) Altcoin Berbasis Pertambangan memiliki mesin penambangan di mana uang baru dihasilkan dengan

bantuan memperbaiki masalah sulit untuk membuka blok. Mereka lebih mirip bitcoin daripada altcoin asli. Altcoin teratas di awal tahun 2020 jatuh ke dalam keindahan ini, ia berubah menjadi altcoin berbasis pertambangan yang menakjubkan pada Februari 2020.

- b) Koin Stabil-Koin stabil mencoba mempercantik Bitcoin melalui penurunan volatilitas dalam latihan nyata yang dilakukan dengan mencoba nilai uang tunai ke mata uang saat ini. Opsi untuk mendukung altcoin termasuk dolar AS, euro, dan emas
- c) Token Keamanan-Altcoin ini dikaitkan dengan organisasi bisnis dan mereka secara teratur merilis koin awal yang memberikan token perlindungan yang menyerupai saham tradisional, dan bahwa mereka sering menjanjikan beberapa bentuk dividen seperti pembayaran atau kepemilikan dalam organisasi bisnis.
- d) Token Utilitas-Token Utilitas menawarkan deklarasi penawaran, dan kadang-kadang akan dibeli sebagai bagian dari ICO. Koin file adalah contoh luar biasa dari token perangkat lunak yang disediakan dalam ICO. Uang tunai file dirancang agar dapat ditukar dengan ruang garasi dokumen terdesentralisasi.

10.6 Perusahaan-perusahaan pengguna cryptocurrency

Bitcoin telah mengambil alih pasar cryptocurrency. Ini adalah mata uang digital terbesar dan paling terkenal saat ini. Banyak perusahaan besar menerima Bitcoin sebagai sumber dana yang sah (Beigel, 2023). Sebuah survei tahun 2020 oleh HSB mengungkapkan bahwa 36% bisnis kecil-menengah di AS menerima Bitcoin. Perusahaan paling populer yang menerima pembayaran Bitcoin di seluruh dunia saat ini adalah: Wikipedia, Microsoft dan AT&T.

1. Wikipedia: Wikimedia, perusahaan yang mengoperasikan ensiklopedia pasokan terbuka terbesar di dunia, Wikipedia, menerima donasi dalam bentuk Bitcoin. Pembayaran diselesaikan melalui Bit Pay.
2. Microsoft: Perusahaan mengizinkan penggunaan Bitcoin untuk meningkatkan akun Microsoft Anda. Di masa lalu, perusahaan menghentikan pengakuannya terhadap cryptocurrency segera setelah melanjutkan layanan mereka.
3. AT&T: AT&T adalah penyedia seluler utama AS pertama yang menawarkan pilihan biaya cryptocurrency kepada klien melalui Bit Pay.
4. Burger King: Menurut laporan berita lokal, toko Burger King di Venezuela memperkenalkan kemitraan dengan pengguna Crypto untuk menerima cryptocurrency sebagai metode pembayaran. Pelanggan akan membayar dalam Bitcoin, Dash, Litecoin, Ethereum, dan Tether. Selain itu, departemen Burger King Jerman telah mulai menerima Bitcoin di situs internet dan aplikasi selulernya pada tahun 2019
5. KFC: KFC Kanada memutuskan untuk menerima Bitcoin untuk waktu terbatas sebagai ganti dari "Bitcoin Bucket". Korporasi memproses biaya melalui Bit Pay dan ember akan dikirim langsung ke alamat rumah pelanggan.
6. Overstock: Overstock, toko online Amerika terkenal yang menjual barang berharga mahal dengan biaya lebih rendah karena overstocking, bermitra dengan Coinbase cara yang bagus untuk mengizinkan tagihan Bitcoin untuk pesanan online mereka, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, F., Li, J. P., Belal Bin Heyat, M., Quadri, S. L., Sohail Ahmed, S., YUN, X., & Haq, A. U. (2019) 'Potential of Blockchain Technology in Digital Currency: A Review', in *2019 16th International Computer Conference on Wavelet Active Media Technology and*, pp. 85–91. doi: 10.1109/ICCWAMTIP47768.2019.90675 46.
- Arvind Narayanan, Joseph Bonneau, Edward Felten, Andrew Miller, S. G. (2017) *Bitcoin and Cryptocurrency Technologies*. Princeton University Press.
- Ashford, K. and and Curry, B. (2023) *What Is Cryptocurrency?*, *Forbes Advisor*. Available at: <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/what-is-cryptocurrency/> (Accessed: 13 April 1BC).
- Beigel, O. (2023) *Who Accepts Bitcoin as Payment?*, *Bitcoins*. Available at: <https://99bitcoins.com/bitcoin/who-accepts/> (Accessed: 13 April 2023).
- CoinMarketCap (2023) *Today's Cryptocurrency Prices by Market Cap*, *CoinMarketCap*. Available at: <https://coinmarketcap.com/> (Accessed: 13 April 2023).
- Luther, W. J. (2015) 'Bitcoin and the Future of Digital Payments', *SSRN Electronic Journal*, p. 14. doi: 10.2139/ssrn.2631314.
- Nakamoto, S. (2008) 'Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System', *SSRN Electronic Journal*, p. 9. Available at: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>.
- Parma Bains (2022) *Blockchain Consensus Mechanisms: A Primer For Super visors*.
- Raju, R., SaiVignesh, M., & Prasad, K. I. A. (2018) 'A Study of Current Cryptocurrency Systems', in *2018 Internat2018 International Conference on Computation of Power, Energy, Information and Communication (ICCPEIC)i*, p. 203=20209. doi: 10.1109/iccpeic.2018.8525166.

- Ramli, R. R. (2023) 'Bitcoin Kian Menguat Dekati Rp 450 Juta Per Keping, Ini Penyebabnya', *Kompas.com*. Available at: <https://money.kompas.com/read/2023/04/11/235828826/bitcoin-kian-menguat-dekati-rp-450-juta-per-keping-ini-penyebabnya>.
- Raphael C. G. ReuleAnd, W. K. H. R. H. (2019) *Understanding Cryptocurrencies*. Available at: https://ies.keio.ac.jp/upload/20191125econo_Wolfbang_wp.pdf.
- RBA (2021) *Digital Currencies*, Reserve Bank of Australia. Available at: <https://www.rba.gov.au/education/resources/explainers/cryptocurrencies.html> (Accessed: 13 April 2023).
- Tomić, B. (2020) 'Bitcoin: Systematic Force of Cryptocurrency Portfolio', in *FEB Zagreb 2020 11th International Odyssey Conference on Economics and Business*, p. 16.
- Turle, B. (2022) *Understanding Cryptocurrency* Barbara Turle, Commerce Bank. Available at: <https://www.commercebank.com/business/trends-and-insights/2022/understanding-cryptocurrency> (Accessed: 12 April 2023).
- Widyastuti, Maria and Hermanto, Y. B. (2021) 'Cryptocurrency Analysis Of Indonesian Market Education Facilities', *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), pp. 534–546.
- Yuan, Y., & Wang, F.-Y. (2018) 'Blockchain and Cryptocurrencies: Model, Techniques, and Applications', *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems*, 48(9), pp. 421–1428. doi: 10.1109/tsmc.2018.2854904.

BAB 11

USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DAN TEKNOLOGI KEUANGAN

Oleh Lucky Nugroho

11.1 Pendahuluan

Pelaku usaha di Indonesia didominasi oleh sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dimana porsi pelaku UMKM di Indonesia mencapai 99% dari total pelaku usaha di Indonesia (Mightyn et al., 2022; Nugroho & Tamala, 2018; Widodo, Purwaningrum, et al., 2022). Kondisi tersebut menyebabkan isu keberlanjutan bisnis dan keberadaan dari pelaku UMKM menjadi kepedulian pemerintah. Pada sisi lain, globalisasi telah mengakibatkan percepatan penggunaan teknologi bagi pelaku bisnis. Berikut adalah dampak dari globalisasi terhadap penggunaan teknologi termasuk perkembangan bisnis:

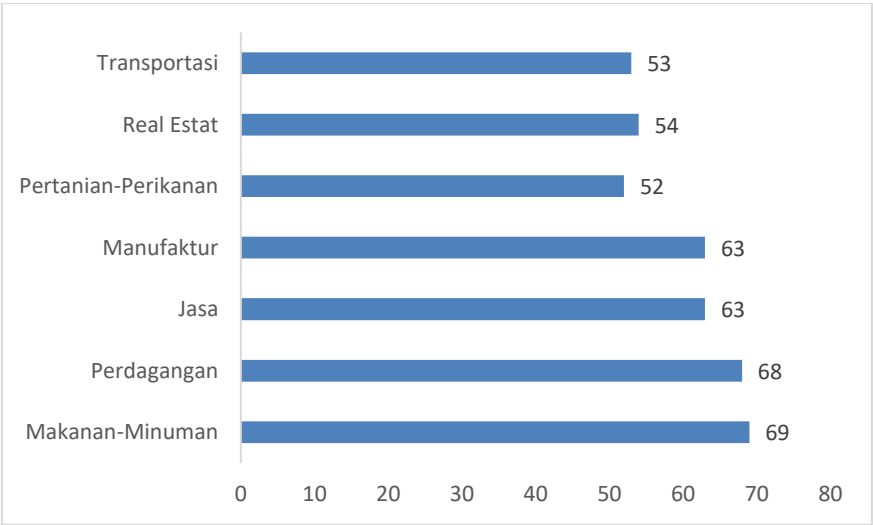
- Globalisasi telah mendorong perkembangan teknologi, yang berdampak besar pada perkembangan bisnis. Perkembangan penggunaan teknologi saat ini seperti internet, media sosial, dan ponsel telah mempercepat pertukaran informasi dan komunikasi antara bisnis dan pelanggan di seluruh dunia (Irwansyah et al., 2021; Nugroho, 2021; Verhoef et al., 2017);
- Globalisasi telah memungkinkan pelaku bisnis untuk menembus pasar yang lebih luas di seluruh dunia. Para pelaku bisnis berpeluang menjual produk dan layanan mereka kepada pelanggan di berbagai negara, yang

berpotensi meningkatkan omset dan keuntungan mereka (Imani et al., 2023; Zain & Ng, 2007);

- Globalisasi telah membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk membuat aktivitas bisnis mereka lebih efisien dengan menggunakan teknologi yang lebih maju seperti otomatisasi dan robotika. Hal ini berpotensi menekan biaya produksi dan meningkatkan produktivitas yang dapat menguntungkan bagi para pelaku bisnis tersebut (Badawi & Nugroho, 2022; Nagy et al., 2018; Sudirman et al., 2020);
- Globalisasi telah memungkinkan para pelaku bisnis untuk bekerja sama dan berkolaborasi di seluruh dunia untuk mengembangkan produk dan layanan baru. Ini dapat mempercepat inovasi dan menguntungkan para pelaku bisnis itu sendiri dan juga para konsumen di seluruh dunia (Nugroho & Arafah, 2020; Rhenaldy et al., 2022; Richter et al., 2017).

Selain itu, pandemi Covid-19 yang terjadi pada periode 2019 s.d 2022 telah mempercepat penggunaan teknologi oleh para pelaku UMKM. Hal tersebut dikarenakan adanya pembatasan mobilitas di luar rumah yang berdampak terhadap penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet dalam melakukan transaksi bisnis maupun dalam aktivitas memenuhi kebutuhan sehari-hari (Nugroho et al., 2019). Salah satu fenomena meningkatnya penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet pada masa pandemi Covid-19 adalah tumbuhnya perdagangan elektronik yang lazim disebut dengan E-Commerce (Jihad et al., 2022). Adapun pengertian dari E-Commerce menurut Hidayah et al. (2022) dan Mueller (2001) adalah proses jual beli produk atau jasa secara elektronik atau digital melalui komputer dan jaringan internet. Lebih lanjut, fenomena penggunaan E-Commerce meningkatkan penjualan sebesar 26% di bulan April tahun 2020 apabila dibandingkan dengan penjualan di tahun 2019 (Pusparisa, 2020).

Pada sisi lain, penggunaan teknologi digital untuk menjangkau masyarakat dalam rangka memasarkan dan menjual produk serta layanan menjadi salah satu strategi yang penting bagi para pelaku bisnis UMKM. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Boston Consulting Group (BCG) dan Telkom Indonesia terhadap 3700 UMKM di sektor (i) Makanan-Minuman; (ii) Perdagangan; (iii) Jasa; (iv) Manufaktur; (v) Pertanian-Perikanan; (vi) Real Estat, dan; (vii) Transportasi, maka didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 11.1. Penggunaan Teknologi Digital Dalam Menjangkau Masyarakat atau Konsumen Untuk Menjual dan Memasarkan Produk dan Layanan UMKM pada Beberapa Sektor (Dalam %)

Sumber: Ahdiat (2022)

Merujuk pada gambar 11.1, maka diketahui bahwa pelaku UMKM pada sektor makanan-minuman paling banyak menggunakan teknologi digital dalam menjual dan memasarkan produknya kepada konsumen. Pada proses perdagangan digital dibutuhkan dukungan teknologi keuangan dalam rangka memproses pembayaran pada transaksi jual beli (Nugroho &

Nugraha, 2020). Oleh karena itu, pentingnya teknologi keuangan dalam rangka mendukung perdagangan digital para UMKM menjadi suatu keniscayaan. Lebih lanjut, untuk mengetahui lebih mendalam peran teknologi keuangan (finansial teknologi-fintek) dalam mendukung bisnis dari pelaku UMKM, maka rumusan masalah pada bagian buku ini mencakup (i) Bagaimana peran teknologi keuangan dalam mendukung perdagangan digital?; (ii) Apa manfaat dari teknologi keuangan bagi transaksi bisnis UMKM?. Adapun implikasi dari bagian buku ini adalah memberikan informasi dan referensi bagi para stakeholder yang memiliki kepedulian pada UMKM dan teknologi keuangan. Adapun keterbaruan bab buku ini adalah membahas terkait dengan teknologi keuangan dan manfaatnya bagi UMKM yang masih jarang dibahas.

11.2 Peran Teknologi Keuangan dalam Mendukung Perdagangan Digital

Teknologi keuangan atau disebut dengan Finansial Technology (*Fintech*) adalah layanan keuangan yang berbasis teknologi informasi, komputer dan internet (Nugroho, 2022; Soeharjoto et al., 2019). Lebih lanjut, jenis layanan keuangan dapat dibagi menjadi beberapa macam yang antara lain:

- Bank ataupun Perbankan: Layanan keuangan perbankan meliputi pembukaan rekening, penarikan dan penyetoran, pinjaman, kartu kredit, asuransi dan investasi (Muniarty et al., 2020; Nugroho, 2020);
- Asuransi: Layanan keuangan asuransi memberikan layanan perlindungan dan manajemen risiko kepada individu dan bisnis (Labetubun et al., 2021);
- Investasi: Layanan keuangan investasi mencakup perdagangan saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen keuangan lainnya untuk mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang (Aziz et al., 2023; Nugroho et al., 2022);

- **Pensiun dan Tabungan:** Layanan keuangan pensiun dan tabungan berkaitan dengan dana pensiun berupa tabungan jangka panjang dalam rangka mempersiapkan keuangan pada saat menghadapi usia pensiun dan keuangan di masa depan (Labetubun et al., 2021; Muthmainnatun et al., 2022);
- **Pembayaran Digital:** Layanan keuangan pembayaran digital mencakup layanan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembayaran toko online, dan pembayaran seluler ();
- **Pinjaman *peer-to-peer*:** Layanan pinjaman *peer-to-peer* adalah layanan keuangan alternatif yang menyatukan pemberi pinjaman dan peminjam tanpa melalui lembaga keuangan tradisional (Imani et al., 2023);
- **Transfer uang dan mata uang internasional (Valutas Asing-Valas):** Layanan keuangan berfungsi untuk mentransfer uang ke negara lain dan layanan untuk menukar mata uang asing dengan mata uang domestik (Nasfi et al., 2022);
- ***Crowdfunding:*** *Crowdfunding* adalah layanan keuangan alternatif yang memungkinkan individu atau bisnis menerima dana dari banyak orang melalui platform *crowdfunding online* (Mollick, 2014).

Selain itu, berdasarkan pengertian dari teknologi keuangan dan jenis-jenis layanan keuangan, maka dapat diketahui bahwa teknologi keuangan (fintech) berperan membantu perdagangan digital (E-Commerce) yang antara lain adalah sebagai berikut:

- ***Payment Gateway:*** *Payment Gateway* adalah solusi pembayaran online yang memungkinkan konsumen membayar produk atau layanan secara online menggunakan kartu kredit atau debit, transfer bank atau dompet digital. Beberapa Gateway pembayaran yang populer adalah PayPal, Stripe, dan Square (Azizi et al., 2022; Jihad et al., 2022);
- **Dompot Digital:** Dompot digital atau e-wallet adalah layanan yang memungkinkan konsumen menyimpan uang secara online dan melakukan pembayaran dengan mudah dan

aman. Contoh dompet digital yang populer antara lain GoPay, OVO, dan DANA (Irwansyah et al., 2021; Widodo, Umiyati, et al., 2022);

- Bank dan Perbankan Online: Layanan bank dan perbankan online menyediakan layanan perbankan yang dapat digunakan secara online, seperti pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran tagihan, dan peminjaman online. Bank dan bank online misalnya Jenius, Digibank dan PermataNet (Ihwanudin et al., 2020).

Fintek atau teknologi keuangan yang mendukung penjualan digital atau e-commerce berperan penting untuk memudahkan belanja online dan mempercepat pertumbuhan bisnis maupun perdagangan digital. Teknologi keuangan ini juga membantu mengurangi biaya dan meningkatkan keamanan transaksi online.

11.3 Manfaat dari Teknologi Keuangan Bagi Transaksi Bisnis UMKM

Fenomena penggunaan teknologi E-Commerce atau perdagangan digital pada saat pandemi Covid-19, terbukti mampu mempertahankan eksistensi dari pelaku UMKM sehingga mereka tidak mengalami penurunan omset yang tajam bahkan mengalami kebangkrutan (Mightyn et al., 2022). Oleh karena itu, penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet oleh pelaku UMKM dalam mendukung usahanya menjadi suatu keniscayaan dan tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, teknologi keuangan atau fintech memiliki peran vital dalam mendukung transaksi keuangan dalam perdagangan digital tersebut. Berikut adalah beberapa manfaat penggunaan teknologi keuangan (Fintech) bagi UMKM yang antara lain:

- Fintech memungkinkan UMKM untuk mengakses berbagai layanan keuangan, seperti pinjaman, pembayaran dan pembiayaan digital, dengan lebih mudah dan cepat (Utami & Ekaputra, 2020);

- Layanan fintech dapat membantu UMKM menghemat biaya transaksi seperti biaya administrasi, biaya transaksi, dan biaya pengiriman (Pambudianti et al., 2020);
- Fintech dapat membantu meningkatkan keamanan transaksi dengan menggunakan enkripsi dan autentikasi. Teknologi ini dapat membantu melindungi UMKM dari penipuan dan pencurian identitas (Ali et al., 2021);
- Fintech dapat membantu UMKM memasarkan produk mereka secara online dan menjangkau basis pelanggan yang lebih luas di seluruh Indonesia (Nurhasanah et al., 2021);
- Dengan teknologi finansial, UMKM dapat menghemat waktu dan sumber daya dengan menggunakan solusi otomatis seperti sistem pembayaran otomatis, manajemen inventaris, dan penjadwalan (Tut, 2023);
- Fintech dapat membantu UMKM mempercepat pertumbuhan bisnis mereka dengan memperoleh modal usaha, investasi, dan mentor bisnis (Sutikno & Kuruppuarachchi, 2021);
- Dengan fintech, UMKM dapat meningkatkan citra bisnisnya dengan menawarkan layanan yang lebih profesional dan modern (Heryana et al., 2020).

Meskipun teknologi keuangan ataupun financial technology (FinTech) dapat menawarkan banyak manfaat bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), masih banyak UMKM yang belum mengadopsi atau bahkan belum memanfaatkannya secara optimal. Di antaranya, ada beberapa alasan mengapa UMKM belum menggunakan fintech dalam menjalankan usahanya, yaitu:

- Akses dan pemahaman terbatas. Banyak UMKM memiliki keterbatasan ataupun kesulitan untuk mengakses fintech karena kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang teknologi serta akses infrastruktur digital yang terbatas seperti akses internet yang cepat dan stabil (Hartanto et al., 2020).
- Biaya dan ketersediaan: Beberapa layanan fintech mungkin tidak terjangkau oleh UMKM atau mungkin tidak tersedia di

wilayah mereka yang notabene lokasi UMKM di daerah pedesaan atau remote area (Metanfanuan et al., 2021);

- Kepercayaan dan keamanan: Saat menggunakan fintech, UMKM sering mengkhawatirkan keamanan dan privasi data, yang dapat menghambat penggunaan dan adopsi teknologi pada transaksi keuangan mereka (Kurdi & Firmansyah, 2020; Pardede et al., 2022);
- Keterbatasan keterampilan dan tenaga kerja: Beberapa UMKM mungkin belum memiliki keterampilan dan sumber daya manusia yang memadai untuk menggunakan fintech dalam mengelola transaksi keuangan bisnis mereka (Mahpuz et al., 2021).

Oleh karenanya, untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya beberapa usaha dalam meningkatkan pemahaman dari pelaku UMKM tentang teknologi keuangan dan meningkatkan akses ke infrastruktur digital. Selain itu, pelaku UMKM juga perlu dimotivasi untuk menggunakan layanan teknologi keuangan melalui sosialisasi, edukasi dan pelatihan. Lebih lanjut, pemerintah juga harus terlibat dalam membantu dengan mengembangkan regulasi yang mendukung adopsi dan penggunaan teknologi keuangan oleh UMKM.

11.4 Penutup

Penggunaan teknologi keuangan atau lazim disebut fintech bagi UMKM menjadi suatu keniscayaan dan tidak dapat dihindari dikarenakan kebutuhan dan permintaan dari konsumen yang dipengaruhi oleh dinamika penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pada sisi lain penguasaan teknologi informasi, komputer dan internet dari pelaku UMKM masih perlu ditingkatkan. Oleh karenanya terdapat beberapa solusi berkaitan dengan tantangan penggunaan teknologi keuangan bagi UMKM yang antara lain adalah adanya sosialisasi, edukasi dan pelatihan dan juga regulasi pemerintah yang mendukung penggunaan teknologi keuangan dalam transaksi bisnis pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *Ini Sektor UMKM yang Banyak Manfaatkan Teknologi Digital*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/14/ini-sektor-umkm-yang-banyak-manfaatkan-teknologi-digital>
- Ali, G., Dida, M. A., & Sam, A. E. (2021). A secure and efficient multi-factor authentication algorithm for mobile money applications. *Future Internet*, 13(12), 1–32. <https://doi.org/10.3390/fi13120299>
- Aziz, R. M., Fitriyani, T., Soeharjoto, S., Nugroho, L., & Parenreng, S. M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investasi Pengelolaan Dana Haji. *Jesya*, 6(1), 722–732. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1009>
- Azizi, M., Umiyati, H., Nugroho, L., Utami, A. R., Sudirman, A., Aryani, L., Irwansyah, R., Purbowo, P., Mardiana, S., Witi, F. L., Pratiwi, C. P., Syahputra, S., Hanika, I. M., & Johassan, D. M. R. Y. (2022). EFFECTIVE DIGITAL MARKETING. In D. E. Putri & E. P. Sari (Eds.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Badawi, A., & Nugroho, L. (2022). Keberlangsungan Usaha Melalui Peningkatan Kualitas SDM Untuk Menciptakan Perilaku Inovatif Dalam Pengembangan Produk Pada UMKM Kelurahan Meruya Utara. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 140–144. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v1i2.348>
- Hartanto, C. F. B., Hanum, Z., Idris, I., Sutarmin, Ramaditya, M., Siregar, R. T., Syamsuri, A. R., Nugroho, L., & Arafah, W. (2020). *MANAJEMEN*. Sihsawit, Labuhan Batu. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0u4qEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA36&ots=qZtuxA5v_I&sig=VAAjXJb2m2dfAnrKywWusFZ-eUY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Heryana, N., Mayasari, R., & Aprianto, R. (2020). The Role of Financial Technology in The Creative Industries in Indonesia. *Buana Information Technology and Computer Sciences (BIT and CS)*, 1(2), 23-26. <https://doi.org/10.36805/bit-cs.v1i2.840>
- Hidayah, N., Nugroho, L., Suharman, H., & Ali, A. J. (2022). Exploring the Benefit of Introducing Accounting and Finance Knowledge for Micro and Small Entrepreneurs During the COVID-19 Pandemic. *ASEAN Journal of Community*, 6(2), 335-346.
- Ihwanudin, N., Maulida, S., Ilham Akbar Fatriansyah, A., Sari Rahayu, S., Nugroho, L., Widyastuti, S., Rasyid Ridha Rahman, M., Fachri, S., Rijal, K., Agrosamdhyo, R., Hanifia Senjiati, I., Ryan Isnandar, F., & Arzhi Jiwantara, F. (2020). *Pengantar Perbankan Syariah (Konsep, Regulasi & Praktis)*. Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com
- Imani, S., Hasanah, M., Atikah, I., Kartawinata, B. R., Jarullah, J., Riyaldi, M. H., Qamaruddin, M., Hafizh, M., Mahriani, E., Febriyani, D., Nugroho, L., Sari, N., Yetti, F., & Lautania, M. F. (2023). FINTECH SYARIAH. In E. Damayanti (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/559259-fintech-syariah-194861f5.pdf>
- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Triwardhani, D., Marwan, D., Febrianty, F., Sudarmanto, E., BS, D. A., Sudirman, A., & Manggabarani, A. S. (2021). Marketing Digital Usaha Mikro. In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Jihad, F. M., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1167-1168.
- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569-575.

<https://doi.org/10.22437/jssh.v4i2.11003>

- Labetubun, M. A. H., Maulida, A. Z., Triwardhani, D., Husain, H., Bagenda, C., Nugroho, L., Hargyatni, T., Santi, S., Mubarrok, U. S., Purnomo, A., Tomahuw, R., Komarudin, P., Murdiyanto, E., & Sudirman, A. (2021). Lembaga Keuangan Bank & Non Bank (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In N. S. Wahyuni (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Mahpuz, Bahtiar, H., Fathurahman, & Nur, A. M. (2021). Pelatihan pembinaan UMKM berbasis Teknologi Informasi untuk meningkatkan SDM pelaku UMKM. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 212–219. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>
- Metanfanuan, T., Herlambang, M. A. T., Krishernawan, I., L, N. P., Ginting, S., Sutarmam, Supriyanto, E. E., & Nugroho, L. (2021). *Konsep Pembangunan dan Pengembangan Desa Digital*.
- Mightyn, A., Nugroho, L., & Hidayah, N. (2022). Kajian Usaha Pemerintah dalam Mempertahankan Keberlangsungan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1553–1564.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. *J Bus Ventur*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Mueller, R. A. E. (2001). E-Commerce and Entrepreneurship in Agricultural Markets. *American Journal of Agricultural Economics*, 83(5), 1243–1249.
- Muniarty, P., Surya Abbas, D., Fatira, M. A., Sugiri, D., Nurfadilah, D., Moridu, I., Nugroho, L., Irwansyah, R., Gede Satriawan, D., Maulida, S., Syam Budi Bakroh, D., Sudarmanto, E., Kembauw, E., Hafizh, M., & Rismawati, N. (2020). *Manajemen Perbankan*. www.penerbitwidina.com
- Muthmainnatun, A. T., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Analisa Prosedur Penyaluran Pembiayaan Murabahah pada

Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Syarif Hidayatullah Gunungwungkal). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1121–1129.

Nagy, J., Oláh, J., Erdei, E., Máté, D., & Popp, J. (2018). The role and impact of industry 4.0 and the internet of things on the business strategy of the value chain-the case of hungary. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su10103491>

Nasfi, N., Solikin, A., Irdiana, S., Nugroho, L., Widyastuti, S., Kembauw, E., Luhukay, J. M., Alfiiana, A., Nuryani, N. N. J., Riyaldi, M. H., & Firmialy, S. D. (2022). UANG DAN PERBANKAN. In L. Nugroho (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.

Nugroho, L. (2020). Bank Syariah dan Dinamika Financial Technology (Fintek) Pada Era Revolusi Industri 4.0. In Udin Saripudin (Ed.), *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0* (First, pp. 153–181). Widina Bhakti Persada.

Nugroho, L. (2021). The Role of Information for Consumers in The Digital Era (Indonesia Case). *ACU International Journal of Social Sciences*, 7(2), 49–59.

Nugroho, L. (2022). Perkembangan Finansial Teknologi (Fintek di Indonesia). In *Mengulas Fintech dalam Islam*. Mengulas Fintech dalam Islam. <https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/mengulas-fintech-dalam-islam/>

Nugroho, L., & Arafah, W. (2020). Eksistensi Dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Globalisasi. In Sumitro, A. Suroso, & S. Nurhayati (Eds.), *Manajemen Hasil Pemikiran dari Para Dosen Perguruan Tinggi di Indonesia: Vol. First* (pp. 172–187). Sihsawit Labuhan Batu. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Nugroho, L., Hidayah, N., Badawi, A., & Ali, A. J. (2019). Socialization of mobile banking and internet banking for

- mikro and small entrepreneur (gender and business sector perspective- Kemayoran night market community). *ICCD*, 2(1), 419–426.
- Nugroho, L., Melzatia, S., Indriawati, F., Nurhasanah, & Safira. (2022). *Lembaga Keuangan Syariah Dari Konsep Ke Praktik*. Widina Bhakti Persada. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=w4uREAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=lembaga+keuangan+syariah+lucky+nugroho&ots=dSE5svHCP1&sig=hiw4hz4gCuy36MeoY4fAtGZaerA&redir_esc=y#v=onepage&q=lembaga+keuangan+syariah+lucky+nugroho&f=false
- Nugroho, L., & Nugraha, E. (2020). The Role of Islamic Banking and E-Commerce for The Development of Micro, Small, and Medium Entrepreneur Businesses. *Business, Economics and Management Research Journal - BEMAREJ*, 3(1), 11–24.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Peran Bank Syariah. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 3(1), 49–62.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>
- Pambudianti, F. F. R., Purwanto, B., & Maulana, T. N. A. (2020). The implementation of fintech: Efficiency of MSMEs loans distribution and users' financial inclusion index. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 24(1), 68–82. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i1.3218>
- Pardede, J. F., Nugroho, L., & Hidayah, N. (2022). Analisa Urgensi Digitalisasi dan Laporan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Cakrawala*, 2(4), 1531–1542.
- Pusparisa, Y. (2020). *E-Commerce Tumbuh di Tengah Pandemi Covid-19*. Katadata.Co.Id.

<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5ec48b7f099d1/e-commerce-tumbuh-di-tengah-pandemi-covid-19>

- Rhenaldy, Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1179–1188.
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselsbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310. <https://doi.org/10.1111/caim.12227>
- Soeharjoto, Tribudhi, D. A., & Nugroho, L. (2019). Fintech Di Era Digital Untuk Meningkatkan Kinerja ZIS di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(03), 137–144.
- Sudirman, A. (Acai), Alaydrus, S. (Syafika), Rosmayati, S. (Siti), Syamsuriansyah, S. (Syamsuriansyah), Nugroho, L. (Lucky), Arifudin, O. (Opan), Hanika, I. M. (Ita), Haerany, A. (Anne), Rusmana, F. D. (Fenny), & Rijal, K. (Khairul). (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com
- Sutikno, S., & Kuruppuarachchi, D. (2021). Finance Technology as a Solution to Get Capital for Small Business Today. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan (KEBAN)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.30656/jkk.v1i1.3964>
- Tut, D. (2023). FinTech and the COVID-19 pandemic: Evidence from electronic payment systems. *Emerging Markets Review*, 54(December 2022), 100999. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2023.100999>
- Utami, A. F., & Ekaputra, I. A. (2020). A paradigm shift in financial landscape: encouraging collaboration and innovation among Indonesian FinTech lending players. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(2), 309–330. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0064>
- Verhoef, P. C., Stephen, A. T., Kannan, P. K., Luo, X., Abhishek, V., Andrews, M., Bart, Y., Datta, H., Fong, N., Hoffman, D. L., Hu,

- M. M., Novak, T., Rand, W., & Zhang, Y. (2017). Consumer Connectivity in a Complex, Technology-enabled, and Mobile-oriented World with Smart Products. *Journal of Interactive Marketing*, 40, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.06.001>
- Widodo, Z. D., Purwaningrum, J. P., Purbasari, I., Rini, G. P., Putra, A. R., Uran, B. E. K. R., Mulyani, M., Soegoto, A. S., Nugroho, L., Nurzianti, R., Nugroho, H., Sudirman, A., Santosa, S., Novianti, R., Pattiapon, M. L., Pinem, D., & Ridwan, N. H. (2022). Manajemen Koperasi dan UMKM. In E. P. Sari & D. E. Putri (Eds.), *Widina Bhakti Persada*. Widina Bhakti Persada.
- Widodo, Z. D., Umiyati, H., Adriansyah, T. M., Yudawisastra, H. G., Sudirman, A., Sintha, L., Butarbutar, M., Nst, A. M. U., Nugroho, L., Dewi, T. G., Permatasari, R. D., Ismail, R. S., Suryana, A. T., Saputra, T., Aryani, L., & Nahriana, N. (2022). KEWIRAUSAHAAN & MANAJEMEN USAHA KECIL. In N. Rismawati (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Zain, M., & Ng, S. I. (2007). The Impacts of Network Relationships on SMEs' Internationalization Process. *Thunderbird International Business Review*, 48(2), 183–205. <https://doi.org/10.1002/tie>

BIODATA PENULIS



Endra Saputra, S.E., M.Ak., CNA.

Dosen Tetap Program Studi Manajemen Informatika
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)
Royal, Kisaran Kab. Asahan - Prov. Sumatera Utara

Penulis lahir di Sidorejo, Kisaran tanggal 13 Desember 1980. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Royal, Kisaran, Sumatera Utara. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah, Asahan, Sumatera Utara, lulus pada tahun 2005. Selanjutnya penulis melanjutkan studi pada Program Studi Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), Medan dan lulus pada tahun 2014. Penulis memiliki Certified Network Administrator (CNA) tahun 2022. Penulis juga aktif sebagai Chief Editor pada Jurnal Akuntansi dan Teknologi Keuangan (Jurnal ATK), Editor dan Reviewer pada dewan redaksi di beberapa OJS. E-mail: oke.royal.endra@gmail.com

BIODATA PENULIS



Muhammad Rizki, S.E., M.M.

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik
Politeknik STIA LAN Jakarta

Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 29 Juni. Penulis bekerja sebagai pegawai bank selama 5 tahun sebelum menjadi dosen. Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Akuntansi dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Keuangan. Penelitian dan publikasi yang dihasilkan berkaitan dengan keuangan, ekonomi pembangunan, kebijakan ekonomi, dan UMKM.

BIODATA PENULIS



Fajrillah, S. Kom., M. Si, M. Kom.

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas IBBI

Fajrillah, S. Kom., M. Si, M. Kom., Meraih gelar Sarjana Komputer (S. Kom.) MANAJEMEN INFORMATIKA – Universitas Gunadarma Jakarta Tahun 1997, Magister Sains (M. Si.) ILMU EKONOMI & STUDI PEMBANGUNAN – Universitas Syiah Kuala – Banda Aceh Tahun 2007, Magister Komputer (M. Kom.) TEKNIK INFORMATIKA KONSENTRASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN – Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer ERESHA Tahun 2014, Anak Sulung dari Tgk H Hasballah Bin H. M. Husin, Kelahiran Bireuen, Sekarang Jadi Anak Medan, Prestasi yang pernah diraih Juara Harapan II Kategori Penulis Umum Nasional yang di selenggarakan PT. Indosat (Persero) Tbk. Jakarta – LIPI – Kompas Gramedia Grup, Dosen Berprestasi di lingkungan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah I Sumatera Utara. Dosen LLDIKTI Wilayah I Sumatera Utara dpk. Universitas IBBI, Dosen Ekonomi Pembangunan dan Akuntansi di FE Universitas Islam Sumatera Utara (UISU), Dosen Sistem Informasi FST UINSU, Verifikator SINTA, Asesor BKD, Penulis Buku Nasional “Aplikasi Game Dan Multimedia Dengan VB” Penerbit PT. Elex Media Komputindo Jakarta Tahun 2009, Buku “Sistem Operasi” Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta Tahun 2011, Buku “Komputer Bisnis” Penerbit ANDI Yogyakarta Tahun 2014,

dan Penulis Buku di Yayasan Kita Menulis, Penerbit MEDIA SAINS INDONESIA. Saat ini aktif menjadi Dosen, Nara Sumber, Konsultan Pendidikan dan Bisnis, Email: fajrillahhasballah@gmail.com // +628163151711

BIODATA PENULIS



Budi Harto, S.E., M.M

Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dan
Dosen Politeknik LP3I Bandung

Penulis sebelumnya telah bekerja di beberapa perusahaan swasta baik nasional maupun internasional dan sejak tahun 2014 bekerja sebagai dosen dan melakukan penelitian. Penulis merupakan dosen tetap di perguruan tinggi vokasi dan dosen tidak tetap di perguruan tinggi swasta di Bandung. Saat ini penulis sudah memiliki jabatan fungsional akademik lektor, alumni dari Program Studi Akuntansi (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun (INABA), Program Magister Manajemen (S2) di Universitas Winayamukti dan sedang melanjutkan studi Pendidikan S3 Program Doktorat Ilmu Manajemen di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis aktif sebagai pengelola jurnal riset akuntansi dan bisnis serta aktif dalam menulis artikel di jurnal nasional maupun internasional serta menulis buku tentang pendidikan, manajemen sumber daya manusia, manajemen bisnis, dan lainnya. Selain itu pula penulis aktif sebagai pendamping UMKM dan pengelola Inkubator Bisnis Rumah Entrepreneur dengan membantu pendampingan bisnis UMKM dan mahasiswa yang berminat menjadi entrepreneur.

BIODATA PENULIS**Rusydi Fauzan, SE, MM**

Dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penulis lahir di Lubuk Aur tanggal 28 Mei 1986. Penulis merupakan dosen tetap Prodi Manajemen Bisnis Syariah UIN SMDD Bukittinggi. Penulis sudah menulis sejak tahun 2010. Penulis menyukai kegiatan membaca, menulis, dan *traveling*. Seputar kegiatan penulis dapat di follow pada akun instagram @rusydifauzan.

BIODATA PENULIS



Arief Yanto Rukmana, S.T., M.M.

Mahasiswa Doktoral Universitas Pendidikan Indonesia
Dosen Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri Bandung
Dosen Universitas Nurtanio Bandung

Penulis sebelumnya telah memegang posisi penting di sejumlah bisnis yang beroperasi pada skala nasional dan dunia. penulis saat ini berprofesi sebagai praktisi bisnis (Pemilik Perusahaan di Bidang Fashion, Kuliner dan Bisnis Digital juga sebagai seorang akademisi. Penulis mengajar di Universitas Nurtanio Bandung, dan dosen tetap di perguruan tinggi indonesia mandiri (STMIK IM & STIE STAN IM). alumni dari Program Studi Informatika (S1) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Indonesia Mandiri (STMIK IM), Program Magister Manajemen (S2) di Pasca Sarjana Universitas Widyatama dan sedang melanjutkan studi Pendidikan (S3) Program Doktoral Pendidikan Teknologi dan Vokasional di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis aktif sebagai pembicara dan narasumber kewirausahaan juga berdedikasi sebagai praktisi bisnis / owner / pemilik beberapa perusahaan yang bergerak pada industri food, fashion and fun. serta aktif dalam organisasi nasional maupun internasional. Penulis juga seorang profesional dalam bidang public speaking & sebagai instruktur berpengalaman untuk sertifikasi kompetensi SKKNI BNSP Digital Marketing, Social Media Marketing dan

Metodologi Pelatihan Level III, Graphic Design serta Sertifikasi Kompetensi beberapa lainnya yang diselenggarakan dinas tenaga kerja kota bandung, PT Rice INTI dan Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja (BBPLK) Bandung. Selain itu pula penulis produktif sebagai pendamping UMKM dan pengelola Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri dengan membina dan melatih / coaching, mentoring serta melakukan pendampingan bisnis UMKM untuk mahasiswa yang berminat menjadi seorang entrepreneur tangguh berdayasaing pada kancah internasional.

BIODATA PENULIS



Endro Supriyanto, S.E., BMEC™, CBOA®
Trainer Soft Skills, Pengembangan MSDM
dan Praktisi Pendidikan

Penulis merupakan lulusan bidang manajemen dari STIE Perbanas Surabaya. Penulis merupakan Direktur dari CONQUERA Enterprise yang bergerak dalam bidang layanan konsultasi dan pelatihan manajemen serta CEO dari CONQUERA Education yang bergerak di bidang penyelenggaraan event Pendidikan. Penulis juga seorang trainer soft skills dan pengembangan MSDM. Penulis berpengalaman delapan tahun di manajemen perusahaan serta belasan tahun di dunia pendidikan

BIODATA PENULIS

Susilo Setiyawan, S.E., M.Si., RSA., RTA.

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Penulis lahir di Pati, 10 Nopember 1974. Menikah dengan 1 istri dan mempunyai 2 anak. Lulus Sarjana Ekonomi, jurusan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, pada tahun 1996, dari Universitas Islam Indonesia. Lulus Magister Sains, pada tahun 2001, dari Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Pernah bekerja di perusahaan asing, bidang infrastruktur telekomunikasi, selama 2 tahun, Saat ini, selain berprofesi sebagai dosen di Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung, juga menjadi praktisi di pasar modal syariah.

BIODATA PENULIS



Dr. Catur Fatchu Ukhriyawati, S.E., M.M.

Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau Kepulauan

Penulis lahir di Surabaya tanggal 10 Mei 1984. Penulis adalah Dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau Kepulauan. Menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di FEB Universitas Negeri Surabaya, Pendidikan S2 di Magister Manajemen Universitas Dr. Soetomo Surabaya dan melanjutkan S3 pada program studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menekuni meneliti di bidang Manajemen khususnya Manajemen Keuangan, Manajemen Investasi dan Perilaku Keuangan.

BIODATA PENULIS**Ir. Johni S. Pasaribu, MT.**

Dosen Program Studi Sistem Informasi
Fakultas IT Politeknik Piksi Ganesha

Penulis lahir di Medan tanggal 1 Juni 1966 dari pasangan HA Pasaribu (alm) dan Taruli Tambunan (alm). Penulis adalah anak keempat dari enam bersaudara. Pendidikan yang ditempuh yaitu SD Methodist Medan lulus tahun 1979, SMPN 88 Jakarta lulus tahun 1982 dan SMAN 3 Jakarta lulus tahun 1985. Kemudian melanjutkan studi di ITB jurusan Teknik Fisika spesialisasi Instrumentasi dan Kontrol. Penulis melakukan penelitian untuk tugas akhir di PT IPTN dengan judul Perancangan Sistem Kendali Fly By Wire Gerak Longitudinal Pada Engineering Flight Simulator Pesawat N250-100 dan menyelesaikan gelar sarjana teknik Insinyur (Ir) tahun 1992.

Kemudian penulis bekerja di PT. IPTN (sekarang PT Dirgantara Indonesia) di Departemen Iron Bird kemudian berpindah di Departemen Engineering Flight Simulator (EFS). Penulis terlibat dalam Operation and Maintenance untuk EFS sehingga simulator N250-100 ini dapat digunakan saat dilakukan pengujian-pengujian pesawat melalui simulator sebelum pengujian langsung pesawat di udara. Tahun 1998 penulis melanjutkan studi S2 di ITB pada jurusan Teknik Informatika untuk spesialisasi Software Engineering, dimana ilmu yang diperoleh

dapat diaplikasikan dalam pekerjaan di lapangan. Tahun 2001 penulis menyelesaikan pendidikan S2 dengan gelar MT mengambil penelitian yang berjudul Pengembangan Perangkat Lunak Simulasi Sistem Perasa Kendali Elevator Pesawat N250-100 dimana penelitian ini juga dilakukan di Engineering Flight Simulator (EFS) N250-100. Tahun 2004 penulis mulai aktif mengajar di Perguruan Tinggi di Bandung diantaranya pernah mengajar di Unikom, ITHB, STT Telkom (kini TelU). Kini penulis penuh mengajar dan menjadi dosen tetap di Politeknik Piksi Ganesha. Bidang keahlian mengajar dan penelitian penulis adalah Artificial Intelligence (AI), Decision Support System (DSS), Software Engineering dan Software Testing. Penulis juga aktif melakukan bimbingan mahasiswa S1 dan publikasi di jurnal-jurnal nasional maupun internasional.

BIODATA PENULIS



Dr. Lucky Nugroho., SE., MM., MAk., MSc

Lucky Nugroho, lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

- S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia;
- S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti;
- S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014;
- S2 Advance Master Microfinance lulus pada tahun 2015 dari Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management, Belgia;
- Post-Graduate dari Erasmus University Rotterdam pada tahun 2016 dengan konsentrasi Sustainable Local Economics Development;
- S3 Doktor Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi keuangan dan ekonomi syariah, lulus pada tahun 2021 dari Universitas Trisakti.

Saat ini penulis sebagai Sekretaris Program Studi Magister Akuntansi di Universitas Mercu Buana sejak 21 Februari 2023. Lebih lanjut, penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015. Selain itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009

s.d tahun 2022 penulis juga aktif sebagai praktisi di perbankan syariah yang dirintis pada Bank Mandiri Syariah (BSM) dan sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Namun demikian, penulis telah mengajukan pensiun dini dari BSI pada bulan November 2022. Selain itu, penulis juga aktif sebagai Ketua Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta.