



BANK INDONESIA
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA

KAJIAN INOVASI MODEL BISNIS PEMBIAYAAN DIGITAL KEPADA UMKM



Halaman ini sengaja dikosongkan



Tim Penyusun

Bank Indonesia

Pengarah:

Yunita Resmi Sari
Elsya MS Chani

Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen:

Kartina Eka Darmawanti
Sri Noerhidajati
Ambawani Restu Widi
Akmaluddin Suangkupon
Fyona Dhillasari Putri
Andreas Hotmanri
Doddy Dirgantara Putra
Retno Hardini Wahyundari
Handaru Sandy

Universitas Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Klaster Riset Bisnis dan Ekonomi Digital:

Zaafri A. Husodo, Ph.D
Prof. Sri Rahayu Hijrah Hati, Ph.D
M. Budi Prasetyo, MSM
Asiah Muchtar, MA
Fajar Ayu Pinagara, M.Phil., M.Sc
Ratna Juwita, M.S.M., M. Ak.

Halaman ini sengaja dikosongkan

RINGKASAN EKSEKUTIF



Rasional kajian ini didasarkan bahwa pembiayaan UMKM di Indonesia masih didominasi oleh perbankan di tengah terbatasnya porsi pembiayaan bank digital dan *fintech*. Meskipun demikian, skema pembiayaan digital berpotensi besar untuk memperluas akses pembiayaan karena proses pencairan yang dapat dipersingkat, tidak mensyaratkan agunan, dan lebih fleksibel sehingga mampu menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM.

Dari sisi *supply*, pembiayaan digital yang sudah dilakukan oleh bank, bank digital, maupun *fintech* masih bersifat *customize*. Setiap kreditur memiliki model bisnis yang berbeda sesuai dengan sumber daya dan karakteristik yang dimiliki. Saat ini, belum terdapat model generik pembiayaan digital yang dapat digunakan sebagai *benchmark* bagi bank maupun lembaga keuangan non-bank, untuk menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi *gap* penelitian tersebut melalui pengembangan model generik pembiayaan digital.

Tujuan kajian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi UMKM Indonesia terhadap pembiayaan digital (a.l nominal, prasyarat, fitur).
- b. Mengidentifikasi dan menganalisis implementasi penyaluran pembiayaan digital kepada UMKM di Indonesia, baik yang dilakukan bank maupun lembaga keuangan bukan bank.
- c. Menyusun model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM bagi lembaga keuangan.
- d. Mengidentifikasi peran dan upaya yang diperlukan dari lembaga keuangan, UMKM, regulator, serta aggregator dalam rangka mengakselerasi penyaluran pembiayaan digital.
- e. Menyusun rekomendasi implementasi model bisnis pembiayaan digital kepada lembaga keuangan, UMKM, regulator, serta aggregator.

Metodologi yang digunakan dalam studi ini bersifat multi-metode (*mixed methods*) atau metode campuran yang melibatkan empat metode utama, yaitu:

1. Pertama, *desk research* untuk melakukan *benchmarking* terkait pendanaan UMKM melalui platform pada berbagai lembaga keuangan di negara lain. Sumber referensi dari *desk research* ini dapat berasal dari jurnal ilmiah maupun publikasi populer.

2. Kedua, diskusi kelompok terfokus/*Focus Group Discussion* (FGD)
3. Ketiga, metode wawancara mendalam/*In-Depth Interview* (IDI), serta
4. Keempat ialah metode survei, dengan melibatkan 304 responden UMKM.

Hasil Kajian memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ringkasan dari hasil IDI dan FGD yang dilakukan kepada narasumber praktisi, akademisi, *lender* (bank dan lembaga keuangan non-bank, serta regulator) dapat dilihat pada lampiran Tabel 1. Menurut praktisi secara umum masalah utama yang dimiliki UMKM adalah literasi keuangan. Semua peserta FGD sepakat bahwa diperlukan platform digital yang memudahkan penyaluran kredit dengan kumpulan data yang disusun untuk pengembangan *credit scoring* yang komprehensif.
2. *Digital lender* (bank dan lembaga keuangan non-bank) menyatakan bahwa proses digitalisasi pembiayaan masih dalam pengembangan. Bank perlu melakukan proses pengembangan lebih lanjut untuk mengumpulkan data alternatif agar pembiayaan digital untuk UMKM bisa berjalan dengan baik dan berisiko rendah. Mayoritas *lender* yang ada saat ini masih memudahkan proses penyaluran dana yang sudah ada dengan proses digital.
3. Di sisi lain, dalam ekosistem digital, terdapat aggregator seperti *e-commerce* yang dapat berperan sebagai penyedia data alternatif yang massif. Agregator dapat menjadi neksus dari proses pendanaan digital, yaitu dengan menjalankan perannya sebagai penyedia data. UMKM yang sudah *on boarding* di *e-commerce* memiliki rekam jejak (data) yang terstruktur sehingga bisa dimanfaatkan lebih lanjut untuk *credit scoring*.
4. Proses penyaluran pembiayaan digital untuk UMKM perlu didukung oleh regulator yang terdiri dari berbagai Kementerian/Lembaga. Dari sisi pengaturan dan pengawasan perbankan dan lembaga keuangan non-bank, OJK memiliki peran penting, terutama dalam mengatur pengelolaan risiko kredit UMKM dan aturan terkait *crowdfunding*. Kementerian juga bisa berperan dengan membangun ekosistem digital khusus UMKM di lingkungan BUMN (Kementerian BUMN-melalui PADI UMKM). Sementara itu, Kementerian Perdagangan dapat berperan dengan membuat kebijakan yang memudahkan proses pengurusan izin usaha bagi UMKM yang ingin *on boarding* di *e-commerce* sehingga status legalitas UMKM menjadi terpenuhi.

5. Hasil Survei Kepada UMKM

Penelitian ini juga melibatkan survei terhadap UMKM dimana jumlah responden sebanyak 304 UMKM yang tersebar secara merata di hampir seluruh provinsi di Indonesia dengan temuan utama dari survei ini sebagai berikut:

- a. Sebanyak 59,21% responden masih menggabungkan rekening pribadi dan rekening usaha. Selain itu, mayoritas responden (58,22%) tidak melakukan pencatatan keuangan secara formal, namun sebagian kecil yang mencatat dengan aplikasi a.l. Buku Warung, Google Sheets, dan SIAPIK.
- b. Mayoritas UMKM mengandalkan sumber dana internal untuk mendanai usaha (52,42% responden). Hanya 15,28% responden yang menggunakan pinjaman dari bank, sementara sebagian lainnya memanfaatkan pinjaman informal dari kerabat, teman, atau saudara.
- c. Terdapat kesenjangan sikap perilaku dimana UMKM mengetahui *fintech* dengan baik namun memiliki relasi, komunikasi, dan tingkat kepercayaan yang relatif rendah. Meskipun demikian, 50,17% responden menyatakan mengetahui pinjaman digital dari *fintech*, tingkat kepercayaan mereka hanya mencapai 42,81%, relasi dengan *fintech* hanya dimiliki oleh 38,46%, dan komunikasi intensif dengan *fintech* hanya terjadi pada 30,10% responden. Selain itu, persepsi UMKM terhadap pembiayaan digital masih bervariasi, sebagian menganggap positif (pencairan cepat dan memberikan kenyamanan), namun sebagian lainnya bersifat skeptis (khawatir akan keamanan dan potensi penipuan).
- d. Persepsi UMKM terhadap etika keuangan digital umumnya baik dan positif, meskipun permintaan terhadap pembiayaan digital masih relatif rendah. Literasi digital responden untuk keperluan individu cukup tinggi, dengan lebih dari 50% responden menyatakan mengetahui konsep pembiayaan digital dan metode pembayaran digital. Namun, ketika ditanya lebih lanjut mengenai minat mereka untuk mengajukan pembiayaan digital, mayoritas responden tidak berniat atau kurang berminat.
- e. Permintaan terhadap dana pinjaman dari bank konvensional dan bank digital di masa depan lebih tinggi dibandingkan dengan kondisi eksisting, masing-masing sebesar 21,70% dan 6,23%. Faktor

pricing menjadi pertimbangan utama bagi responden (56% dari total responden), sementara pencairan dana yang cepat juga diinginkan oleh sebagian besar responden.

- f. Literasi digital UMKM untuk keperluan usaha masih relatif rendah. Sebanyak 48,50% dari responden masih mengandalkan toko *offline* untuk penjualan dan pemasaran produk, sedangkan hanya 8,98% responden yang menggunakan *e-commerce* atau *online marketplace*. Sisanya menggunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram.
6. Temuan dari sisi penyedia dan penerima pembiayaan menunjukkan adanya kesenjangan dalam pembiayaan digital untuk UMKM. Kesimpulan ini dapat dirinci sebagai berikut:
- a. Kesenjangan Perilaku (*Behavioral Gap*): Terdapat kesenjangan perilaku di mana UMKM cenderung enggan memanfaatkan dana pembiayaan digital yang disediakan oleh lembaga keuangan. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan skala usaha mayoritas UMKM yang merupakan usaha mikro, yang mungkin disebabkan oleh rendahnya motivasi untuk meningkatkan skala usaha. Oleh karena itu, UMKM masih merasa memadai dengan modal sendiri dan enggan menggantungkan diri pada sumber pembiayaan eksternal.
 - b. Kesenjangan *Onboarding* di Ekosistem Digital: Terdapat kesenjangan dalam proses *onboarding* UMKM ke dalam ekosistem digital. Pihak penyedia pembiayaan digital membutuhkan data alternatif untuk mempercepat proses *credit scoring*, mengevaluasi risiko, dan melaksanakan prosedur penyaluran pembiayaan. Namun, mayoritas UMKM masih sedikit yang memanfaatkan *marketplace online* sebagai sarana penjualan dan pemasaran. Kesenjangan ini menghambat akuisisi data alternatif yang dibutuhkan oleh penyedia pembiayaan digital untuk menilai kelayakan dan risiko pemberian pembiayaan kepada UMKM.
7. Usulan Model Bisnis Pembiayaan Digital untuk UMKM
- a. Berdasarkan analisis atas data kualitatif dan kuantitatif yang telah diuraikan di atas, kajian ini mengusulkan model bisnis generik pembiayaan digital untuk UMKM Selanjutnya, model bisnis generik tersebut dijabarkan lebih rinci menjadi beberapa opsi model bisnis yang terdapat pada Lampiran - Gambar 4 s.d 7 agar bank dan lembaga keuangan non-bank memiliki variasi pilihan dalam menyalurkan pembiayaan digital untuk UMKM

- b. Dalam model bisnis generik pembiayaan digital, terdapat tiga pihak utama yang terlibat, yaitu pemberi pinjaman digital, nasabah (UMKM), dan mitra *platform*. Proses bisnis yang dilibatkan mencakup akuisisi nasabah oleh pemberi pinjaman digital, penilaian dan pengambilan keputusan penyaluran kredit (menggunakan data alternatif dan teknologi *machine learning*), penyaluran dana, pelunasan, hingga proses penagihan. Ketiga pihak tersebut memiliki peran masing-masing dalam menjalankan seluruh proses bisnis. Pemberi pinjaman digital berfungsi sebagai *supply side*, sementara mitra *platform* memiliki peran ganda sebagai mitra dalam akuisisi nasabah, *aggregator*, dan penyedia data alternatif.
8. Dari sejumlah usulan model bisnis pembiayaan digital, aspek yang sangat krusial adalah ketersediaan data digital atau alternatif sebagai pengganti data tradisional. Data ini kemudian akan diproses lebih lanjut dalam proses *credit scoring*, memungkinkan bank, lembaga keuangan non-bank, atau *fintech* untuk menilai kelayakan kredit dan tingkat risiko yang terkait dengan UMKM. Dengan adanya data alternatif ini, diharapkan *asymmetric information* dapat diperkecil, sehingga tingkat bunga yang dikenakan oleh bank kepada UMKM dapat ditekan lebih rendah. Oleh karena itu, salah satu langkah yang dapat ditempuh adalah pertukaran data di antara semua pihak yang terlibat dalam ekosistem digital.
9. Berkaitan dengan praktik *data sharing*, baik *platform e-commerce* maupun lembaga keuangan seperti bank atau *fintech*, membangun dan mengelola *database* internal mereka sendiri, yang berisi data alternatif digital yang terstruktur dan dapat digunakan untuk proses *credit scoring*. Namun, kelemahan dari pendekatan ini adalah kesulitan dalam berbagi data dengan pihak lain, dan jika memungkinkan, proses berbagi data ini seringkali melibatkan biaya tertentu.
10. Di sisi lain, BI, memiliki kewenangan mengelola QRIS sebagai *single payment gateway* yang turut mengatur penggunaan data transaksi yang tersimpan di QRIS oleh bank atau lembaga keuangan non-bank, menjadikan data tersebut *semi-public goods*, yang dapat memudahkan bank atau *fintech* dalam mencari data alternatif. *Database* lain yang dapat dipertimbangkan untuk dibuka aksesnya adalah data SLIK yang dikelola oleh OJK. Data tersebut dapat dibuka aksesnya kepada bank atau lembaga keuangan non-bank/*FinTech* yang memperoleh izin dari OJK.

Kesimpulan umum yang dapat diambil dari kajian ini adalah sebagai berikut:

- a. Proses penyaluran dana melalui digitalisasi secara *end-to-end*, memerlukan inovasi dalam akuisisi data. Hal ini penting agar data alternatif dapat digunakan bersamaan dengan data tradisional.
- b. Penyedia dana perlu menjalin mitra untuk akuisisi data atau melakukan eksperimen guna memperoleh, memodelkan, dan menguji data dengan efektif.
- c. Peran *e-commerce/agregator* menjadi krusial dalam proses pengumpulan data yang kokoh. *E-commerce* tidak hanya menghimpun data transaksi UMKM tetapi juga mampu menghasilkan laporan pencatatan transaksi UMKM yang komprehensif.
- d. Pemodelan *credit worthiness* oleh penyedia dana didasarkan pada toleransi risiko masing-masing. Setiap penyedia dana memiliki RAC yang menjadi dasar dalam melakukan akuisisi nasabah.
- e. Kemitraan antara bank dan lembaga keuangan non-bank memiliki potensi *connectedness risk*. Model bisnis pembiayaan digital untuk UMKM cenderung melibatkan hubungan kemitraan antara bank dan lembaga keuangan non-bank. Walaupun kemitraan ini dapat mempercepat penyaluran pembiayaan, namun sebaliknya, berpotensi menimbulkan risiko sistemik yang memungkinkan transmisi risiko dari satu entitas ke entitas lain yang saling terkait.

Rekomendasi kebijakan yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan lembaga pemeringkat kredit yang mengelola dan penggabungan data yang telah dikumpulkan dari otoritas, lembaga keuangan dan seluruh pihak yang terkait untuk memudahkan penilaian kredit secara digital.
- b. Risiko *connectedness* memerlukan pemantauan berkala dengan menggunakan pemodelan yang komprehensif dan dinamis.
- c. Menyusun dan mengimplementasikan beragam program untuk UMKM agar menjadi lebih sederhana, melibatkan: i) program edukasi dan pendampingan, ii) Inisiatif akuisisi data, seperti penyelenggaraan berbagai expos UMKM dengan memberikan insentif pendanaan untuk *stand/booth* dengan syarat dokumen legalitas usaha dan pelaporan keuangan berkala, dan iii) pengembangan pasar dan produk.

Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan kajian “Inovasi Model Bisnis Pembiayaan Digital kepada UMKM” dapat diselesaikan melalui kerjasama yang baik antara Bank Indonesia dengan Klaster Riset Bisnis dan Ekonomi Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia (FEB UI). Kajian ini merupakan salah satu upaya Bank Indonesia untuk mendorong peningkatan akses pembiayaan UMKM, khususnya implementasi ketentuan Rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial (RPIM).

Upaya peningkatan skala ekonomi dan pengembangan UMKM dilakukan oleh Bank Indonesia melalui 3 (tiga) pilar kebijakan pengembangan UMKM, yaitu korporatisasi, kapasitas, dan pembiayaan. Dalam pilar pembiayaan, Bank Indonesia secara konsisten berupaya untuk mendorong fungsi intermediasi yang seimbang dan berkualitas melalui peningkatan akses pembiayaan inklusif, salah satunya melalui penyusunan Kajian Inovasi Model Bisnis Pembiayaan Digital kepada UMKM. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi UMKM terkait kredit/pembiayaan digital, serta menyusun kerangka model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM yang dapat menjadi referensi bagi lembaga keuangan, termasuk mengidentifikasi potensi risiko sehingga dapat ditentukan langkah-langkah mitigasinya.

Akhir kata, apresiasi dan terima kasih kami haturkan kepada Kementerian dan Lembaga terkait, Lembaga Keuangan baik Bank dan Non-Bank, akademisi, pelaku usaha, dan seluruh pihak yang berkontribusi dalam penyusunan kajian ini. Kami berharap kajian ini dapat menjadi bahan referensi bagi Lembaga Keuangan baik Bank maupun Non-Bank untuk meningkatkan penyaluran kredit/pembiayaannya kepada UMKM, dengan tetap sejalan dengan keahlian dan model bisnisnya, serta memberikan rekomendasi strategi bagi otoritas dan Kementerian/Lembaga untuk mendukung pencapaian target nasional rasio kredit UMKM. Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, senantiasa melimpahkan rahmat-Nya dan melindungi setiap langkah kita untuk berkarya dan memajukan UMKM Indonesia.

Jakarta, Desember 2023

Juda Agung
Deputi Gubernur Bank Indonesia

Halaman ini sengaja dikosongkan

Daftar Isi

Daftar Isi	2
Daftar Tabel	6
Daftar Gambar	7

Bab 1

PENDAHULUAN **11**

1.1	Latar Belakang	12
1.2	Tujuan Penelitian	15
1.3	Ruang Lingkup Penelitian	15

Bab 2

TELAAH LITERATUR **17**

2.1	Digitalisasi dan Pembiayaan UMKM	18
2.2	<i>Supply Side</i> Pembiayaan Digital untuk UMKM	20
2.2.1	Pembiayaan digital untuk UMKM oleh perbankan	20
2.2.2	Pembiayaan digital untuk UMKM oleh <i>Fintech</i>	22
2.2.3	Metode Asesmen Pembiayaan UMKM	28
2.2.4	Risiko <i>Fintech</i> dan Perbankan dalam Menyalurkan Pembiayaan UMKM	30
2.3	<i>Demand side</i> Pembiayaan Digital untuk UMKM	31
2.3.1	Definisi dan klasifikasi UMKM	31
2.3.2	Ekspektasi UMKM terhadap pembiayaan <i>fintech</i> dan bank	32
2.3.3	Hambatan yang dihadapi UMKM	33

Bab 3

METODE PENELITIAN

37

Bab 4

BENCHMARKING BEST PRACTICES DI BEBERAPA NEGARA

41

4.1	<i>Benchmarking</i> Pembiayaan Digital untuk UMKM di beberapa negara	42
4.2	<i>Benchmarking Best Practices: Ant Financial Ecosystem</i>	56
4.2.1	Ekosistem <i>Fintech</i> Lintas Sektor	56
4.2.2	Sejarah Ant Financial	59
4.2.3	Tahapan Perkembangan Ant Financial	60
4.2.4	<i>China's Social Credit System</i> (Sistem Kredit Sosial Cina/SCS)	63
4.3	Simpulan terkait <i>Benchmarking</i>	67
4.4	<i>Summary</i> model bisnis <i>benchmark</i> dalam bentuk <i>Business Model Canvas</i>	70

Bab 5

IMPLEMENTASI PENYALURAN PEMBIAYAAN DIGITAL DI INDONESIA

77

5.1	Analisis atas Hasil Survei, <i>In-Depth Interview</i> dan <i>Focus Group Discussion</i>	78
5.1.1	Analisis <i>Focus Group Discussion</i> dengan Regulator dan Agregator	79
5.1.2	<i>Demand Side</i> (UMKM)	81
5.1.3	<i>Supply Side</i> (Bank dan <i>Fintech</i>)	103
5.1.4	Akademisi	113

5.2	Identifikasi Kebutuhan dan Ekspektasi UMKM terhadap Pembiayaan	116
5.2.1	Nominal	116
5.2.2	Prasyarat & Fitur	123
5.3	Implementasi Penyaluran dan Pembiayaan Digital kepada UMKM	125
5.3.1	Model Bisnis dan Peran Antarpihak	125
5.3.2	Risiko	139
5.3.3	Tantangan	140
5.3.4	<i>Key Success Factor</i>	141
5.4	Identifikasi Peran dalam Ekosistem Pembiayaan Digital	142
5.4.1	Lembaga keuangan	142
5.4.2	UMKM	142
5.4.3	Regulator K/L	142
5.4.4	Aggregator	143

Bab 6

MODEL BISNIS GENERIK PEMBIAYAAN DIGITAL 145

6.1	Peran Antarpihak	146
6.1.1	Debitur/UMKM (Nasabah)	147
6.1.2	Perusahaan Pembiayaan Digital (<i>Partner Platform</i>)	147
6.1.3	Pemberi Pinjaman/Dana Digital	148
6.1.4	Regulator dan Penyedia Jasa Keuangan (PJK)	148
6.2	Proses Model Bisnis Generik Pembiayaan Digital	149
6.2.1	Akuisisi Debitur	149
6.2.2	Penilaian Kredit	149

6.2.3	Pencairan dan Pembayaran	150
6.2.4	Penagihan Pembayaran	150
6.3	Tahapan Pembiayaan Digita	152
6.4	Jenis Model Bisnis Pembiayaan Langsung dan Tidak Langsung	154
6.4.1	Model Bisnis Pembiayaan Langsung	154
6.4.2	Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung	156
6.5	Karakteristik dan Prasyarat Debitur	157
6.6	Fitur Pembiayaan Digital	157
6.7	<i>Key Success Factor</i>	158
6.8	Kemitraan	159

Bab 7

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN 163

7.1	Kesimpulan	164
7.2	Rekomendasi	166
7.2.1	Kebijakan Implementasi untuk Model Bisnis Pembiayaan Digital	166
7.2.2	Model Generik Inovasi Pembiayaan Digital UMKM	174

DAFTAR REFERENSI 176

LAMPIRAN PANDUAN WAWANCARA DAN KUESIONER 183

Daftar Tabel

Tabel 1	Basis Data untuk <i>Credit Scoring</i> Bank dan <i>Fintech</i>	29
Tabel 2	Risiko Pembiayaan UMKM	30
Tabel 3	Beberapa lembaga keuangan penyedia pembiayaan digital bagi UMKM di berbagai negara	42
Tabel 4	Pemetaan Ekosistem <i>Fintech</i> Lintas Sektor pada Alibaba	58
Tabel 5	Nexus Hasil <i>In-Depth Interview</i> dan <i>Focus Group Discussion</i>	78
Tabel 6	Persepsi UMKM terhadap pembiayaan digital	87
Tabel 7	Intensi UMKM untuk mengakses pinjaman/pembiayaan digital	89
Tabel 8	Komitmen dan pemahaman memenuhi kewajiban	91
Tabel 9	Persepsi responden terhadap <i>fintech</i>	93
Tabel 10	Literasi Keuangan UMKM	96
Tabel 11	Sektor Usaha Klaster Pendanaan Produktif AFPI	117
Tabel 12	Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	118
Tabel 13	Matriks Prasyarat dan Fitur <i>Fintech</i>	124
Tabel 14	Mitra potensial dalam pembiayaan digital	160

Daftar Gambar

Gambar 1	Elemen Transformasi Pemberian Kredit Digital oleh Bank	20
Gambar 2	Tiga fase <i>Fintech</i>	24
Gambar 3	Tantangan dan Hambatan UMKM	34
Gambar 4	Metodologi Penelitian dan Pemetaan Responden	38
Gambar 5	<i>Eco-systematic View</i> pada <i>Fintech</i> Lintas Sektor	57
Gambar 6	Sejarah Perkembangan Ant Financial	59
Gambar 7	Kekuatan prediksi data UMKM untuk <i>Credit Scoring</i>	60
Gambar 8	Tahap Pertama Ant Financial	60
Gambar 9	Tahap Kedua Ant Financial	61
Gambar 10	Tahap Ketiga Ant Financial	62
Gambar 11	Input Data Sistem Kredit Sosial Cina	64
Gambar 12	Konsekuensi Sistem Kredit Sosial Cina	65
Gambar 13	Berbagai Layanan untuk Mendukung Pembiayaan Digital UMKM	67
Gambar 14	Profil Responden	82
Gambar 15	Profil Pengelolaan Keuangan UMKM	84
Gambar 16	Sumber Pendanaan UMKM	85

Gambar 17	Alasan/penyebab tidak meminjam dana dari pihak lain	86
Gambar 18	Keinginan mencari pinjaman dan penggunaan dana pinjaman	91
Gambar 19	Pengetahuan dan pengalaman UMKM terhadap <i>FinTech</i>	94
Gambar 20	Saluran pemasaran produk UMKM	95
Gambar 21	Matriks Segmentasi UMKM	119
Gambar 22	Tingkat Kematangan Digital UMKM	120
Gambar 23	Komposisi UMKM di Indonesia	120
Gambar 24	Roadmap Digitalisasi UMKM Nasional pada Program Pemerintah Terhadap Koperasi dan UMKM	121
Gambar 25	Matriks Segmentasi UMKM	121
Gambar 26	Pemetaan <i>Total Financing Demand</i> UMKM	123
Gambar 27	Ticket Size Pembiayaan Digital UMKM	123
Gambar 28	Model Bisnis Pembiayaan Digital Bank XYZ	138
Gambar 29	Skema Pembiayaan <i>Invoice Financing</i>	138

Gambar 30	Skema Pembiayaan <i>Supply Chain Financing</i>	139
Gambar 31	Tantangan, Risiko, dan <i>Key Success Factor</i> Pembiayaan Digital UMKM	139
Gambar 32	Model Bisnis Generik Pembiayaan Digital	146
Gambar 33	Peran Antarpihak pada Pembiayaan Digital	147
Gambar 34	Model Bisnis Pembiayaan Digital Langsung 1	154
Gambar 35	Model Bisnis Pembiayaan Digital Langsung 2	155
Gambar 36	Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung 1	156
Gambar 37	Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung 2	156
Gambar 38	Model Generik Inovasi Pembiayaan Digital	174
Gambar 39	Model Bisnis Pembiayaan Digital untuk UMKM oleh Bank Umum	174

Halaman ini sengaja dikosongkan

Bab 1

PENDAHULUAN



Dalam beberapa tahun terakhir, revolusi industri 4.0 mendorong terjadinya digitalisasi dan automasi pada semua proses bisnis perbankan sehingga membuat model bisnis bank mengalami perubahan, dari yang sebelumnya tradisional menjadi model bisnis digital yang menawarkan berbagai inovasi dan efisiensi bagi konsumen. Tuntutan digitalisasi perbankan diperkuat oleh tiga faktor utama (OJK, 2021). Pertama, besarnya peluang ekonomi digital dimana nilai transaksi ekonomi digital Indonesia merupakan yang tertinggi di kawasan ASEAN pada 2020, yakni mencapai US\$44 miliar dan diprediksi akan mencapai US\$124 miliar pada tahun 2025 (Bain, Google, & Temasek, 2021). Kedua, perilaku digital yang semakin masif dan menjadi bagian dari aktivitas utama masyarakat. Sebagian besar pengguna internet berusia antara 16 – 64 tahun mengakses aplikasi *chatting*, media sosial, dan aplikasi belanja *online* dengan presentase di atas 90% (We are Social dan Hootsuite, 2021). Di sisi lain, penggunaan aplikasi *mobile banking* yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* sebesar 33% pada tahun 2020 dan meningkat hingga 39,2% pada 2021. Ketiga, tingginya pertumbuhan transaksi menggunakan uang elektronik. Tahun 2022, nilai transaksi uang elektronik tumbuh 30,84% dibandingkan pada 2021, mencapai Rp399,6 triliun (Bank Indonesia, 2022).

Integrasi industri keuangan dan teknologi finansial (*fintech*) memainkan peranan penting dalam mendorong terciptanya inklusi keuangan bagi *unbanked people* di Indonesia. Optimalisasi pemanfaatan *fintech* akan memperluas akses keuangan ke lembaga keuangan formal, terutama kepada kelompok rentan seperti *unbanked people*, termasuk UMKM. *Fintech* merupakan *game changer* yang memberikan kemudahan akses keuangan melalui teknologi informasi dan inovasi digital.

Sejalan dengan hal tersebut, Bank Indonesia memiliki peran dalam menjaga stabilitas sistem keuangan yang dilakukan melalui pengaturan dan pengawasan makroprudensial, untuk menjaga tingkat pertumbuhan pembiayaan domestik yang seimbang dan berkualitas. Adapun *framework* kebijakan Makroprudensial Bank Indonesia memiliki 3 (tiga) pilar, yaitu: (1) intermediasi yang seimbang, (2) ketahanan sistem keuangan, dan (3) inklusi ekonomi dan keuangan. Peningkatan inklusi ekonomi dan keuangan berkontribusi terhadap pengembangan sistem keuangan melalui pilar perluasan akses dan literasi keuangan, termasuk UMKM.

Strategi pengembangan UMKM Bank Indonesia serta peningkatan inklusivitas ekonomi dan keuangan berkelanjutan, senantiasa dilakukan untuk mendukung pencapaian tugas Bank Indonesia, yang terus diperkuat sesuai kebutuhan UMKM dan perkembangan lingkungan terkini, dengan mengedepankan inovasi dan sinergi bersama kementerian/lembaga terkait. Untuk itu, Bank Indonesia melakukan serangkaian program pengembangan UMKM, keuangan inklusif, dan fasilitasi akses pembiayaan yang didukung dengan inovasi dan terobosan baru untuk meningkatkan efektivitas. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, fokus pengembangan UMKM Bank Indonesia terdiri dari 3 (tiga) hal, yaitu:

1. UMKM pangan strategis dan UMKM potensi ekspor untuk mencapai stabilitas nilai rupiah melalui pengendalian inflasi pangan dan dukungan terhadap kontribusi ekspor.
2. Penguatan kapasitas digital U MKM dan peningkatan literasi keuangan digital UMKM untuk mendukung stabilitas Sistem Pembayaran.
3. Peningkatan inklusivitas ekonomi dan keuangan berkelanjutan dalam rangka mendukung Stabilitas Sistem Keuangan.

Dalam rangka peningkatan inklusivitas ekonomi dan keuangan UMKM, Bank Indonesia melakukan beberapa program kebijakan akses pembiayaan dari sisi *demand*, antara lain penguatan kapasitas pengelolaan keuangan UMKM menggunakan SIAPIK, *business matching* pembiayaan, peningkatan peran BPD bekerja sama dengan Asbanda, penyusunan model bisnis *multichannel financing* dan penyusunan model bisnis pembiayaan digital kepada UMKM. Hal tersebut sejalan dengan kebijakan makroprudensial yang salah satunya bertujuan untuk mendorong fungsi intermediasi sehingga terwujud stabilitas sistem keuangan.

Dari sisi *supply*, pembiayaan merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk mendorong pengembangan dan penguatan UMKM melalui kelompok, klaster, dan/atau korporasi UMKM/Non-UMKM. Kinerja penyaluran kredit UMKM terus membaik, yaitu:

1. Kredit UMKM melalui perbankan pada 2022 mencapai Rp1.329 triliun atau tumbuh sebesar 9,35% (yoy) dengan angka NPL yang terjaga pada level rendah, yaitu 3,41%. Selain itu, tumbuhnya kredit UMKM juga mendorong inklusifitas kredit kepada 40,7 juta debitur UMKM, atau 62,22% dari total jumlah UMKM di Indonesia.

2. Kredit UMKM melalui bank digital pada 2022 mencapai Rp16,8 triliun atau tumbuh sebesar 23,72% (yoy) dengan NPL terjaga pada level rendah, yaitu 3,41%. Jumlah debitur UMKM yang mendapatkan pembiayaan dari bank digital sebanyak 18,8 juta UMKM.
3. Kredit UMKM melalui perusahaan *fintech* pada 2022 mencapai Rp19,4 triliun atau tumbuh 4,25% (yoy) dengan tingkat wanprestasi keberhasilan pengembalian pinjaman (TWP90) yang terjaga pada level rendah, yaitu 2,78%. Jumlah debitur UMKM yang mendapatkan pembiayaan dari *fintech* sebanyak 5,6 juta UMKM.

Dalam rangka mencapai porsi kredit/pembiayaan kepada UMKM sebesar 30% pada 2024 sebagaimana arahan Presiden RI, kebijakan Bank Indonesia dari sisi *supply* dilakukan dengan menerbitkan pengaturan pembiayaan inklusif Makroprudensial, yaitu PBI tentang Rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial bagi Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah, dan Unit Usaha Syariah (PBI RPIM). Melalui penerbitan PBI RPIM tersebut diharapkan dapat mendorong fungsi intermediasi yang seimbang dan berkualitas melalui peningkatan akses pembiayaan inklusif dan pengembangan UMKM dengan memperluas cakupan pembiayaan kredit sesuai keahlian dan model bisnis lembaga keuangan.

Berdasarkan realisasi RPIM tahun 2022, pembiayaan inklusif didominasi modalitas 1 (langsung dan rantai pasok) sebesar 92%, serta porsi kredit UMKM dari bank digital dan *fintech* yang masih relatif rendah, masing-masing berkontribusi sebesar 1,25% dan 1,44% atau sekitar Rp36,2 triliun dari total penyaluran kredit oleh perbankan. Mendukung hal tersebut, survei kinerja UMKM yang dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa UMKM merasakan beberapa keuntungan dari pembiayaan digital a.l.) persyaratan dokumen yang mudah, ii) persetujuan dan pencairan dana kredit yang cepat, dan iii) proses pengajuan yang mudah karena dapat dilakukan melalui *smartphone*.

Hal ini menunjukkan potensi penyaluran pembiayaan kepada UMKM masih sangat besar, baik melalui bank digital (modalitas 1) dan *fintech* (modalitas 2) pada ketentuan RPIM. Oleh karena itu, dalam mendorong implementasi ketentuan RPIM dan mendukung pencapaian porsi target nasional kredit UMKM sebesar 30%, dibutuhkan penyusunan kajian antara lain untuk i) menganalisis perkembangan penyaluran kredit/pembiayaan UMKM di Indonesia, baik dari kinerja pembiayaan maupun jenis/sektor pembiayaan yang disalurkan; dan ii) mengidentifikasi dan menganalisis implementasi berbagai macam model bisnis pembiayaan UMKM

secara digital, khususnya pada modalitas 1 (melalui bank digital) dan modalitas 2 (melalui *fintech*) kepada UMKM di beberapa negara (*benchmarking*), baik yang dilakukan bank maupun lembaga keuangan bukan bank antara lain model bisnis, *key success factor*, peran antarpihak.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi UMKM Indonesia terhadap pembiayaan digital (a.l nominal, prasyarat, fitur), terutama UMKM sektor perdagangan, industri pengolahan, dan pertanian.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis implementasi penyaluran pembiayaan digital kepada UMKM di Indonesia, baik yang dilakukan bank maupun lembaga keuangan bukan bank antara lain model bisnis, risiko, tantangan, *key success factor*, dan peran antarpihak.
3. Menyusun model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM bagi lembaga keuangan di Indonesia a.l. karakteristik debitur, prasyarat, fitur, *key success factor*, dan peran antarpihak.
4. Mengidentifikasi peran dan upaya yang diperlukan dari lembaga keuangan, UMKM, regulator K/L, serta aggregator dalam rangka mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis pembiayaan digital.
5. Menyusun rekomendasi implementasi model bisnis pembiayaan digital kepada lembaga keuangan, UMKM, regulator, K/L, serta aggregator.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Melakukan review dan analisis berupa kajian pustaka terkait model bisnis pembiayaan dari literatur dalam negeri dan luar negeri (*benchmarking*), antara lain kajian model bisnis, lingkungan strategis pendukung pengembangan model bisnis pembiayaan digital, asesmen pro dan kontra, *key success factor*, peran antarpihak, serta manfaat yang dirasakan dari implementasi model bisnis tersebut.

2. Mengidentifikasi dan melakukan pemetaan (dari sisi *supply* dan sisi *demand*) terhadap:
 - a. Sisi *supply*: jenis bank dan lembaga keuangan bukan bank berdasarkan fokus bisnis serta jenis kredit/pembiayaan, termasuk yang disalurkan secara digital, serta prasyarat yang diperlukan bagi UMKM, misalnya administrasi dan agunan.
 - b. Sisi *demand*: mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi UMKM Indonesia terhadap pembiayaan digital (antara lain nominal, prasyarat, dan fitur), terutama UMKM sektor perdagangan, industri pengolahan, dan pertanian.
3. Menyusun model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM yang telah diimplementasikan:
 - a. Sesuai Modalitas RPIM 1: penerapan model bisnis pembiayaan digital secara langsung dan/atau rantai pasok yang diberikan kepada UMKM.
 - b. Sesuai Modalitas RPIM 2: penerapan model bisnis pembiayaan digital melalui *fintech*, yaitu:
 - 1) Jalur pembiayaan bank, *fintech*, dan UMKM, termasuk karakteristik dan fiturnya;
 - 2) Jalur pembiayaan bank dan *fintech* termasuk karakteristik dan fiturnya; dan
 - 3) Jalur pembiayaan *fintech* dan UMKM, termasuk karakteristik dan fiturnya.
4. Menganalisis peran dan upaya yang diperlukan dari lembaga keuangan, UMKM, regulator, K/L, dan aggregator dalam rangka mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis pembiayaan digital.
5. Memberikan referensi dan rekomendasi:
 - a. Model bisnis pembiayaan digital kepada lembaga keuangan (terutama bagi bank yang belum dan/atau akan menyalurkan pembiayaan digital), aggregator, UMKM dan K/L.
 - b. Upaya mitigasi resiko serta mengatasi permasalahan atau tantangan yang dihadapi dalam penyaluran kredit dengan model bisnis tersebut.
 - c. Peran dari lembaga keuangan, aggregator, UMKM, serta regulator, dan K/L untuk mendorong pembiayaan digital kepada UMKM.

Bab 2

TELAAH LITERATUR



Beberapa studi terdahulu menyatakan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam mendapatkan pembiayaan/kredit dari perbankan adalah tingginya *asymmetric information* dan rendahnya nilai aset yang dapat dijadikan *collateral*. Berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki sistem manajemen lebih dan laporan keuangan yang periodik dan valid, mayoritas UMKM tidak memiliki standar pembukuan dan laporan keuangan yang berkualitas sehingga menyulitkan bank untuk mengetahui kondisi sesungguhnya dari UMKM yang mereka biyai. Oleh karena itu banyak studi menunjukkan bahwa *opacity* informasi pada UMKM sangat tinggi sehingga membuat bank sangat berhati-hati dalam menyalurkan kredit kepada UMKM. *Asymmetric information* yang tinggi membuat risiko kredit pada UMKM jauh lebih tinggi dibanding kredit korporasi sehingga membuat perbankan menetapkan bunga pinjaman lebih tinggi untuk kredit UMKM. Berdasarkan studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan UMKM dimiliki oleh masyarakat *unbankable* dan masuk kategori masyarakat menengah ke bawah sehingga mereka tidak memiliki aset bernilai tinggi yang dapat diagunkan kepada perbankan. Kombinasi kedua masalah tersebut membuat perbankan relatif enggan menyalurkan kredit kepada UMKM sehingga kredit perbankan cenderung eksklusif karena hanya dapat diakses oleh perusahaan besar. Oleh karena itu, beberapa studi sebelumnya menegaskan bahwa faktor penting agar inklusi keuangan dapat terwujud adalah dengan melakukan berbagai cara yang dapat mengurangi *asymmetric information* antar *lender* (bank dan LK lainnya), dan *borrower* (UMKM) (Berger & Udell, 1998; 2002; 2006; Bharath et al, 2011; Stiglitz & Weiss, 1981).

Beberapa cara telah dilakukan untuk meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM, sebagian besar diantaranya melibatkan intervensi pemerintah. Beberapa studi sebelumnya menyebutkan bahwa penjaminan oleh pemerintah maupun subsidi kredit (subsidi bunga) merupakan bentuk kebijakan pemerintah yang paling umum digunakan di banyak negara untuk meningkatkan akses kredit bagi UMKM. Beberapa studi sebelumnya (Riding & Haines, 2001; Craig, Jackson, & Thomson, 2008) menunjukkan bahwa kebijakan tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan kredit untuk UMKM sehingga mendorong inklusi keuangan. Namun beberapa studi sebelumnya justru mempertanyakan efektivitas intervensi pemerintah. Benavente, Galetovie, & Sanhueza (2006) mendapatkan temuan empiris bahwa intervensi pemerintah dalam kredit UMKM tidak efektif.

Banyak perusahaan kecil menengah yang sebelumnya sudah mendapatkan kredit dari perbankan justru mendapatkan fasilitas penjaminan maupun subsidi dari pemerintah sehingga intervensi pemerintah tidak berdampak besar terhadap peningkatan inklusi keuangan. Rein, Christian, & Andre (2010) dan Wilcox & Yasudah (2019) secara empiris menganalisis dampak penjaminan kredit oleh pemerintah terhadap *bank risk taking*. Penjaminan kredit UMKM oleh pemerintah membuat *bank risk taking* meningkat sehingga berpotensi mengancam stabilitas sistem perbankan. Meskipun intervensi pemerintah dalam penyaluran kredit UMKM adalah hal yang baik, namun hal tersebut tidak menyelesaikan masalah utama yang dihadapi UMKM, yaitu *asymmetric information* dan *low collateral*.

Kehadiran *fintech* dianggap mampu memberikan cara berbeda dalam meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM. Liu & He (In Press) menyatakan bahwa *fintech* mengadopsi berbagai teknologi modern seperti *artificial intelligence*, *internet of thing*, *big data*, dan lainnya dalam memberikan layanan jasa keuangan kepada masyarakat. Zhou et al. (2020a, 2020b) menunjukkan bahwa *fintech* dapat memperluas akses keuangan maupun kredit melalui *innovative effect* dari *fintech*. Berbagai skema maupun model pembiayaan baru muncul sebagai akibat dari *fintech*, yaitu *equity crowdfunding*, *peer to peer lending*, *intelligent investment*, *digital money*, *e-wallet*, dan lain sebagainya. Penggunaan *big data*, *internet of thing*, dan *artificial intelligence* memungkinkan *fintech* untuk bisa mengurangi *asymmetric information* sehingga meningkatkan kemampuan *lender* dalam menilai UMKM yang ingin didanai. Pada tingkat yang minimal, *fintech* setidaknya dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan dalam proses pengajuan kredit sehingga membuat UMKM lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan kredit. Hipotesis tersebut berhasil dibuktikan oleh beberapa studi. Lin et al. (2022) menyimpulkan bahwa *digital finance* secara empiris memiliki dampak terhadap *investment behaviour* dari UMKM di China. UMKM yang menggunakan *digital finance* cenderung memiliki *new investment project* lebih tinggi dibandingkan UMKM lainnya. Hal tersebut terjadi karena *digital finance* mampu mengurangi *asymmetric information* pada UMKM sehingga meningkatkan kepercayaan *lender* untuk mendanai *fintech*. Secara spesifik, Lin et al. (2022) menunjukkan bahwa dampak positif *digital finance* lebih kuat pada UMKM yang berusia muda dan berlokasi pada daerah yang sektor jasa keuangannya belum berkembang dengan baik. Liu & He (In Press) juga menunjukkan temuan yang serupa. Survei yang mereka lakukan terhadap 593 UMKM di China menunjukkan bahwa *fintech* secara efektif dapat mengurangi *financial constraint* yang dimiliki UMKM sehingga membuat akses mereka terhadap layanan jasa keuangan menjadi lebih besar. Untuk mengatasi

tantangan pembiayaan UMKM yang disebutkan di atas, yaitu tingginya *asymmetric information* dan rendahnya nilai *collateral*, maka diperlukan berbagai cara di antaranya dengan model pembiayaan berbentuk pembiayaan tidak langsung dimana pihak *lender* akan bereksperimen sehingga tercapainya informasi yang cukup dari calon debitur UMKM.

2.2

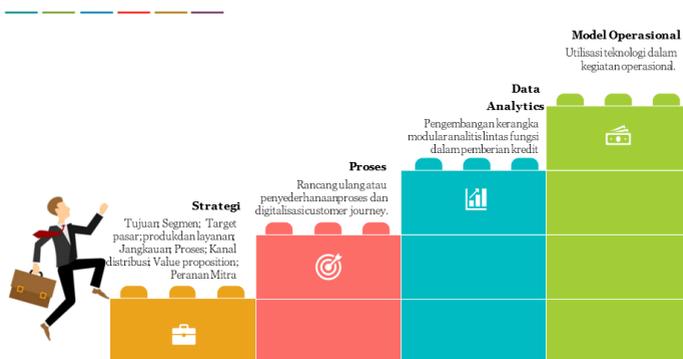
Supply Side Pembiayaan Digital untuk UMKM

2.2.1. Pembiayaan digital untuk UMKM oleh perbankan

Dari sisi *supply side*, terdapat beberapa hal utama yang harus dipersiapkan bank dalam memberikan layanan *digital lending*. Empat elemen penting dalam transformasi pemberian kredit untuk UMKM yaitu:

1. Strategi: Menentukan segmen target (pelanggan) dan kebutuhan bisnis mereka dengan proposisi nilai dari bank. Menyesuaikan paket produk dan cakupan sesuai dengan tipe pelanggan. Membangun ekosistem mitra yang menyediakan platform untuk data pelanggan dan akses yang mendukung penawaran unggul.
2. Proses: Mengembangkan *customer journey* yang ramah dan berbasis digital. Menentukan proses dan kebijakan yang mendukung pengambilan keputusan instan untuk kasus-kasus sederhana. Mendigitalisasi dokumen kredit dengan otomasi.

Gambar 1. Elemen Transformasi Pemberian Kredit Digital oleh Bank



Sumber: Diolah Peneliti dari (Bahillo et al., 2022)

3. *Data analytics*: Menggunakan sumber data untuk meningkatkan pengambilan keputusan kredit. Membangun pendekatan modular dalam model kredit untuk penjualan silang produk. Mengimplementasikan penetapan harga yang disesuaikan dengan risiko dan pengaturan batas yang dinamis.
4. Model operasional: Mengidentifikasi cara kerja baru dengan operasi layanan. Menggunakan keputusan teknologi untuk membangun atau membeli. Mengelola dan memantau kinerja portofolio secara efektif.

Untuk meningkatkan industri pinjaman digital bagi UMKM, otoritas di sektor keuangan dapat mengambil beberapa langkah sebagai berikut:

1. **Kerangka regulasi:** otoritas harus menetapkan regulasi yang jelas dan mendorong pertumbuhan *digital lending* dengan tetap memastikan perlindungan konsumen dan UMKM, serta pengelolaan risiko yang baik. Otoritas harus menetapkan pedoman bagi platform pinjaman digital, mengatasi masalah privasi dan keamanan data, serta menetapkan standar untuk transparansi dan pengungkapan data nasabah.
2. **Lisensi dan pengawasan:** Otoritas dapat memperkenalkan persyaratan lisensi dan pengawasan untuk platform pinjaman digital guna memastikan bahwa mereka memenuhi standar operasional dan keuangan tertentu. Pemantauan dan pengawasan rutin dapat membantu menjaga integritas pasar, mencegah penipuan, dan melindungi peminjam UMKM.
3. **Mendorong persaingan dan inovasi:** Otoritas harus mendorong persaingan dan inovasi dalam industri *digital lending*. Ini dapat dilakukan dengan mendorong lingkungan yang terbuka dan seimbang bagi bank tradisional dan perusahaan *fintech* yang baru muncul. Membuat "sandbox" atau ruang uji coba regulasi dapat memberikan lingkungan yang terkendali untuk menguji solusi *digital lending* yang inovatif.
4. **Akses dan data sharing:** Otoritas dapat memfasilitasi akses dan *sharing* data keuangan melalui inisiatif seperti *open banking*. Dengan mendorong berbagi data yang aman antara bank, platform pinjaman, dan UMKM. Selain itu, otoritas dapat memungkinkan penilaian kredit yang lebih akurat dan meningkatkan efisiensi proses pinjaman digital.
5. **Literasi keuangan dan edukasi:** Otoritas perlu mendorong program literasi keuangan yang ditujukan khusus untuk UMKM. Pendidikan mengenai pilihan pinjaman digital, pemahaman tentang syarat dan kondisi pinjaman, serta peningkatan keterampilan manajemen keuangan

dapat memberdayakan UMKM untuk membuat keputusan peminjaman yang terinformasi dan menggunakan platform peminjaman digital dengan efektif.

6. **Kolaborasi dan kemitraan:** Otoritas dapat mendorong kolaborasi antara bank, perusahaan *fintech*, dan pemangku kepentingan lainnya dalam ekosistem peminjaman digital. Mendorong kemitraan dapat mengarah pada pengembangan solusi peminjaman inovatif, berbagi praktik terbaik, dan memanfaatkan kekuatan masing-masing untuk melayani UMKM dengan lebih baik.
7. **Data Analytics dan kerangka credit scoring:** Bank sentral dapat mendukung pengembangan kemampuan analitika data yang tangguh dan kerangka penilaian kredit yang khusus untuk peminjaman kepada UMKM. Hal ini dapat memungkinkan penilaian risiko yang lebih akurat, meningkatkan evaluasi kelayakan kredit, dan memfasilitasi pengambilan keputusan peminjaman yang lebih mudah.

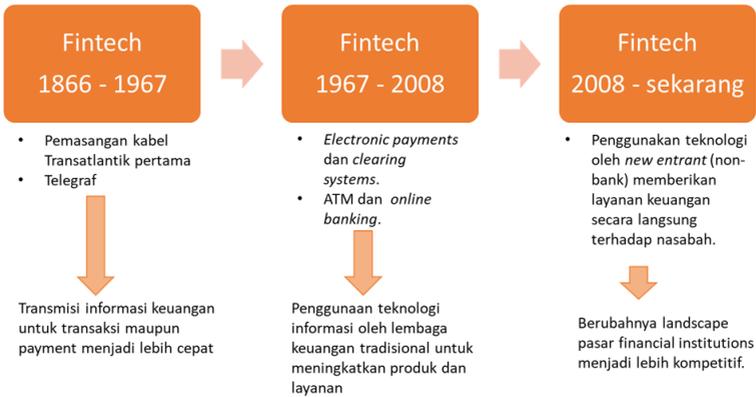
2.2.2. Pembiayaan digital untuk UMKM oleh *Fintech*

a. Definisi dan Model Bisnis *Fintech*

Fintech merupakan gabungan dari dua istilah, yaitu *finance* atau *financial* dan *technology*. Chen et al., (2019) menyatakan tidak ada definisi khusus terkait *fintech* karena tidak ada literatur yang secara spesifik membahas hal tersebut. Oleh karena itu, *fintech* dapat didefinisikan secara luas maupun sempit. Dalam arti luas, *fintech* adalah adopsi teknologi untuk meningkatkan dan memberikan layanan jasa keuangan (Thakor, 2020). Dalam arti sempit, *fintech* mengacu pada lembaga keuangan nonbank yang banyak bermunculan pasca krisis keuangan global tahun 2008. Lembaga keuangan tersebut memiliki karakteristik unik, banyak di antaranya merupakan perusahaan rintisan (*start-up*) dan menjalankan salah satu layanan jasa keuangan seperti *lending*, *payment*, *digital currencies*, *investment management services*, dan *insurances*. The Financial Stability Board (FSB) memberikan definisi pertengahan, yaitu "*technologically enable financial innovation that could result in new business models, applications, processes, or products with an associated material effect on financial markets and institutions, and the provision of financial services*". Studi terkait *fintech* banyak menggunakan definisi sempit di atas, yaitu mengeksplorasi *cost-benefit* dari *fintech* terhadap perekonomian maupun stabilitas sistem keuangan (Fung et al., 2020; Zhang et al., 2019).

Thakor (2020) menyatakan bahwa *fintech* merupakan bagian dari proses evolusi *financial innovation* yang berisiko namun juga memberikan nilai tambah. Disebut sebagai proses evolusi karena *fintech* (dalam arti luas) sudah berlangsung sejak lama. Thakor (2020) membagi evolusi *fintech* dalam 3 fase. Fase pertama, terjadi antara 1866 – 1967, ditandai oleh munculnya teknologi *telegraph* yang dapat diadopsi oleh perbankan. Keberadaan *telegraph* membuat transmisi *financial information* untuk transaksi maupun *payment* menjadi lebih cepat dibandingkan sebelumnya. Lin et al. (2021) secara spesifik mendokumentasikan dampak *telegraph* terhadap perkembangan perbankan di China pada awal abad 19. *Telegraph* terbukti memberikan dampak positif terhadap ekspansi perbankan di China sehingga turut memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi. Fase kedua, terjadi antara 1967 – 2008, ditandai oleh munculnya teknologi ATM, *online banking*, dan *electronic payments* dan *clearing systems*. *Outcomes* dari fase 2 ini adalah munculnya variasi produk perbankan dan keuangan yang masif dibandingkan fase sebelumnya. Sedangkan fase tiga, terjadi setelah tahun 2008, ditandai oleh penggunaan teknologi oleh *new entrant* (nonbank) dalam menjalankan fungsi *intermediaries* yang biasanya dijalankan oleh bank. *Outcome* dari fase 3 ini adalah berubahnya *landscape* pasar *financial institutions* menjadi lebih kompetitif. Jika dikaitkan dengan definisi *fintech* di atas, maka struktur pasar *financial institutions* yang lebih kompetitif bisa jadi karena banyaknya *player* baru dalam pasar maupun tingkat kompetisi antar *incumbent* menjadi semakin besar karena adanya teknologi. Khusus untuk fase 3, krisis keuangan global berperan penting dalam merubah *landscape* industri perbankan di banyak negara, terutama negara maju seperti US. Pasca terjadinya krisis keuangan global pada tahun 2008, regulasi perbankan – terutama yang berkaitan dengan *mortgage loan* – diperketat dan menurunkan jumlah kredit perumahan di US yang diberikan oleh bank. Kondisi tersebut mendorong munculnya lembaga keuangan nonbank (*shadow bank* maupun *fintech*) untuk mengisi celah yang ditinggalkan oleh bank-bank besar. Begley & Srinivasan (2022) menunjukkan bahwa *market share* bank besar di US dalam *mortgage credit market* mengalami penurunan drastis sementara *shadow bank* – *fintech* dan *small bank* mengalami peningkatan drastis. Studi tersebut membuktikan bahwa pertumbuhan *fintech* mendapatkan momentum pasca dikeluarkannya berbagai regulasi pasca krisis keuangan global. Selain itu, studi Begley & Srinivasan (2022) menyiratkan adanya kemungkinan *substitution effect* antara bank dan *shadow-bank*.

Gambar 2. Tiga fase *Fintech*



Sumber: Diolah kembali oleh peneliti dari Thakor (2020)

Thakor (2020) secara spesifik menyampaikan beberapa karakteristik khusus terkait perkembangan *fintech* di berbagai negara. Pertama, perkembangan *fintech* lebih tinggi pada yang sistem keuangannya lebih maju. Kedua, penggunaan *electronic payments* (bentuk khusus dari *fintech*) lebih tinggi pada negara yang sebagian besar populasinya memiliki akun di *financial institutions*. Ketiga, perkembangan *fintech* lebih pesat pada negara yang struktur pasar perbankannya lebih terkonsentrasi (kurang kompetitif) karena investor termotivasi untuk mendirikan *fintech* dengan adanya peluang memanfaatkan ceruk pasar yang tidak dilayani oleh bank. Dan keempat, investasi pada perusahaan *fintech* lebih tinggi pada yang memiliki suku bunga pinjaman tinggi dibandingkan negara lain yang memiliki suku bunga pinjaman rendah. Keempat karakteristik tersebut memiliki kesamaan, yaitu *country characteristic* merupakan hal penting yang perlu dianalisis dalam studi terkait *fintech*. Karakteristik pertama dan kedua mengacu pada *country characteristic* yang sama, yaitu negara dengan sistem keuangan yang maju dan inklusi keuangan yang tinggi. Di negara-negara tersebut, *fintech* mungkin bermunculan sebagai pengembangan atas produk keuangan yang ada di lembaga keuangan. Namun, karakteristik kedua dan ketiga mengacu pada *country characteristic* yang juga sama namun berbeda dengan karakteristik pertama dan kedua, yaitu *emerging market* dan struktur perbankan yang lebih terkonsentrasi dan menerapkan *higher interest rate*. Hal tersebut menjadi isu penting yang dapat dielaborasi lebih lanjut untuk mengidentifikasi dampak *fintech* terhadap perekonomian maupun stabilitas sistem keuangan.

Berbeda dengan fase 1 dan 2 *fintech*, fase 3 *fintech* ditandai oleh munculnya *new entrant* dalam bentuk lembaga keuangan nonbank yang membuat *landscape* industri lembaga keuangan menjadi berubah. Hal tersebut sekaligus menimbulkan beberapa isu yang telah menjadi perhatian berbagai studi sebelumnya terkait *fintech*. Thakor (202) menyatakan terdapat tiga isu fundamental yang telah menjadi pembahasan studi sebelumnya hingga saat ini. Isu tersebut adalah seberapa besar *value added* yang diciptakan oleh *fintech*, isu terkait fungsi *traditional financial institution* dalam menjalankan peran *intermediaries*, dan dampak *fintech* terhadap *financial system stability*. Chen et al., (2019) mengukur seberapa besar nilai dari *financial innovation* yang dihasilkan oleh *fintech*. Hasilnya menunjukkan bahwa *value* yang diciptakan *fintech* bagi penciptanya (*innovator*) cukup besar dan positif dimana *blockchain* dan *robo-advising* merupakan jenis *fintech* yang paling *valuable*. Isu *financial intermediaries* mendapatkan perhatian khusus karena kemunculan *fintech* disinyalir sebagai koreksi atas berbagai inefisiensi yang ada di *traditional financial institution*, khususnya bank. Sementara isu kedua muncul karena keberadaan *fintech* merupakan suatu *financial innovation* yang menurut Beck et al. (2016) memiliki *dark side* (risiko) maupun *bright side* (*value*).

Chen et al., (2019) secara spesifik mengeksplorasi seberapa besar penciptaan nilai *financial innovation fintech* terhadap penciptanya maupun dampak *fintech* terhadap *incumbent firms* (*traditional financial institutions*). Mereka menunjukkan bahwa tidak semua jenis *fintech* memberikan nilai tinggi terhadap penciptanya. Semakin besar efek disrupsi yang ditimbulkan dari *underlying technology* yang digunakan oleh *fintech*, semakin besar pula nilai *fintech* tersebut. Selain itu, nilai *fintech* juga semakin besar ketika *innovator fintech* dapat menciptakan *entry threat* di industri. Berdasarkan kedua hal tersebut, Chen et al. (2019) mengidentifikasi bahwa *blockchain* dan *robo-advising* merupakan jenis *fintech* yang paling bernilai. Keduanya dianggap memiliki faktor disrupsi yang paling besar di antara jenis *fintech* lainnya. Lebih lanjut, Chen et al., (2019) juga mendokumentasikan hasil empiris yang menunjukkan bahwa efek disruptif *fintech* terhadap *traditional financial institution* dapat diredam manakala *size* lembaga keuangan relatif besar dan cukup melakukan adaptasi. Temuan tersebut memiliki kesimpulan implisit dimana bank atau *financial institution* kecil tidak akan dapat bersaing dengan *fintech*, sementara bank besar tetap eksis karena merupakan *market leader* dan memiliki sumber daya besar untuk beradaptasi.

b. *Fintech* dan Pembiayaan UMKM

Kemunculan *fintech* tidak lepas dari evaluasi peran *traditional banking* sebagai *financial intermediaries* utama dalam sistem keuangan. Stiglitz & Weiss (1981) menyatakan bahwa karena adanya *market friction*, *asymmetric information*, dan *agency cost* yang dihadapi bank menjadi semakin besar sehingga tidak selalu kegiatan usaha yang menguntungkan mendapatkan pendanaan bank. Pendapat tersebut secara implisit menyatakan bahwa semakin besar *asymmetric information* semakin kecil kemungkinan suatu usaha mendapatkan pendanaan dari *traditional bank*. *Small medium enterprise* (SME) merupakan skala usaha yang masuk kategori *high asymmetric information* yang membuat bank menjadi sangat selektif. Petersen & Rajan (1994) menunjukkan bahwa bank meminimalisir *asymmetric information* melalui *relationship lending* dimana SME yang telah memiliki hubungan dengan bank memiliki *credit availability* lebih besar. Studi tersebut menunjukkan bahwa bank sangat pemilih dalam menyalurkan kredit yang memunculkan isu diskriminasi. Tidak hanya diskriminasi berdasarkan skala bisnis, namun juga diskriminasi berdasarkan rasial. Cavalluzzo & Cavalluzzo (1998) menunjukkan bahwa bank terbukti melakukan diskriminasi pemberian kredit dan *price* berdasarkan jenis kelamin (laki-laki vs perempuan), warna kulit (putih vs hitam vs berwarna), dan ras (Asian & Hispanic). Studi tersebut menunjukkan bahwa bank tidak efisien dalam melakukan *capital allocation* sehingga peran *intermediaries* bank belum secara penuh dijalankan dengan baik. Krisis keuangan global 2008 semakin memperparah hal tersebut dimana *loan growth* yang berasal dari perbankan cenderung menunjukkan tren menurun. Setelah tahun 2008, Gopal & Schnabl (2022) menunjukkan bahwa *bank lending supply* mengalami *shock* signifikan sehingga efeknya negatif terhadap perekonomian.

Kekurangan yang dimiliki oleh *traditional banking* berusaha diperbaiki oleh *fintech*. Dengan adopsi teknologi, *fintech* mampu mengurangi permasalahan *asymmetric information cost* sehingga lebih mudah menyalurkan kredit kepada berbagai pihak yang selama ini sulit mendapatkan pendanaan dari bank. Erel & Liebersohn (2022) menunjukkan bahwa *fintech* di Amerika Serikat mampu menjalankan peran penyalur kredit dengan baik dan dapat mengisi peran yang tidak diisi oleh bank. Studi tersebut mendokumentasikan dua hasil empiris penting. Pertama, *fintech* dapat menyalurkan kredit secara optimal pada wilayah dengan jumlah cabang bank yang lebih sedikit, *lower income*, dan memiliki *minority households*. Kedua, pada wilayah dengan jumlah cabang bank yang banyak, *fintech* tidak memiliki hubungan substitusi dengan bank. *fintech* mampu memberikan layanan jasa keuangan kepada segmen masyarakat yang tidak dilayani oleh bank, salah satunya SME. Namun, *fintech* bukannya tanpa kritik. Beberapa studi terbaru mengidentifikasi adanya diskriminasi yang dilakukan

oleh *fintech*. Studi yang dilakukan oleh Bartlett et al. (2022) menunjukkan bahwa *fintech lender* juga melakukan diskriminasi dalam penyaluran *consumer credit*. Bartlett et al. (2022) menyatakan bahwa algoritma *decision making* canggih diterapkan oleh *fintech* untuk mereduksi diskriminasi. Namun ternyata penggunaan algoritma tersebut justru menciptakan *inadvertent discrimination*. Temuan tersebut mengkonfirmasi kembali apa yang sudah dikaji oleh Cavalluzzo & Cavalluzzo (1998), yaitu *financial institution (traditional bank* maupun *fintech*) melakukan diskriminasi dalam hal *credit availability* maupun *price (interest rate)* kepada kelompok masyarakat tertentu tanpa ada kaitannya dengan *creditworthiness* calon nasabah.

Isu penting lainnya yang menjadi perdebatan terkait *fintech* adalah dampaknya terhadap perekonomian dan *financial system stability*. Jika dibandingkan dengan *traditional banking*, usia *fintech* masih relatif baru sehingga data empiris terkait *fintech* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, studi terkait dampak *fintech* terhadap perekonomian dan stabilitas sistem keuangan masih relatif terbatas dan belum menunjukkan hasil yang konklusif. Studi yang dilakukan oleh Zhang et al. (2019) menunjukkan bahwa peningkatan *fintech* yang menawarkan jasa *retail payment* mampu secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan GDP, *trade*, tingkat konsumsi, dan penerimaan pajak pemerintah. Studi tersebut secara spesifik menunjukkan adanya manfaat agregat keberadaan *fintech* terhadap perekonomian. Yang & Zhang (2022) menunjukkan manfaat *fintech* dari sisi *financial inclusion*. Studi yang mereka lakukan menunjukkan bahwa *higher fintech adoption* oleh *household* dapat meningkatkan konsumsi rumah tangga dan mengurangi *consumption inequality*. Namun, jika dikembangkan lebih lanjut dalam bentuk *credit*, kesuksesan *fintech* dalam memberikan kredit bergantung pada *traditional financial infrastructure*. Lyons et al. (2022) juga menunjukkan temuan yang serupa. *Fintech development* sangat berdampak terhadap *financial inclusion* di *emerging economies*. Namun, *magnitude* dampak positif *fintech* terhadap *financial inclusion* bergantung pada *country characteristics*. Jika dikaitkan dengan stabilitas sistem keuangan, berbagai studi sebelumnya masih menunjukkan hasil yang inkonklusif. Laporan yang dikeluarkan oleh Financial Service Board (FSB) pada tahun 2017 menyatakan bahwa *fintech* memiliki *risk* dan *benefit* bagi stabilitas sistem keuangan dan hingga saat ini, efek agregatnya terhadap stabilitas sistem keuangan masih belum jelas. Di satu sisi, *fintech* bisa memberikan layanan keuangan yang lebih cepat dan lebih baik serta meningkatkan inklusi keuangan. Namun, risiko *fintech* - terutama kontribusi risikonya terhadap stabilitas sistem keuangan - secara agregat masih belum dapat diukur dengan akurat.

Thakor (2020) menyatakan bahwa *fintech* fase 3 mengubah *landscape financial institution industry*. Oleh karena itu, dampak *fintech* terhadap stabilitas sistem keuangan dapat ditelusuri melalui kompetisi/persaingannya dengan *traditional banking*. Phan et al. (2020) menunjukkan bahwa keberadaan *fintech* dapat menggerus pendapatan bank dari sektor *fee-based* sehingga membuat profitabilitas perbankan mengalami penurunan. Jika temuan tersebut konsisten, maka keberadaan *fintech* berpotensi menimbulkan *shock* ke dalam sistem keuangan sebagai akibat dari instabilitas sistem perbankan. Namun, perkembangan *fintech* masih terus terjadi dan dinamis sehingga dampaknya terhadap stabilitas sistem keuangan masih terus dikaji lebih lanjut. Fung et al. (2020) melakukan studi yang berusaha untuk mengkaji dampak *fintech* terhadap *financial system stability*. Hasil yang mereka peroleh cukup beragam. Peningkatan *fintech* mampu menurunkan *fragility* pada sistem keuangan negara berkembang. Banna et al. (2021) juga sependapat dengan temuan Fung et al. (2020). Banna et al. (2021) menunjukkan bahwa perkembangan *fintech* yang masif mampu meredam *risk taking behaviour* bank sehingga tidak mengganggu sistem keuangan. Selain itu, Fung et al. (2020) juga menunjukkan bahwa *fintech* mempengaruhi *fragility* lembaga keuangan melalui saluran profitabilitas. Temuan tersebut mengkonfirmasi temuan Phan et al. (2020) yang menunjukkan bahwa dampak *fintech* terhadap stabilitas sistem keuangan dapat lebih terukur jika hubungan persaingan *fintech* dengan *traditional banking* dapat diidentifikasi. Jika *fintech* dengan bank memiliki hubungan substitusi, maka keberadaan *fintech* dalam jangka waktu tertentu akan memberikan *shock* kepada stabilitas sistem keuangan, dan sebaliknya. Terkait hal tersebut, studi terkini menunjukkan bahwa *fintech* memiliki hubungan komplementer dengan perbankan (Erel & Liebersohn, 2022; Murinde et al., 2022; Thakor, 2020) sehingga memperkecil kemungkinan adanya dampak negatif *fintech* terhadap stabilitas sistem keuangan.

2.2.3. Metode Asesmen Pembiayaan UMKM

Pembiayaan UMKM dapat menggunakan landasan *credit scoring* bagi bank dan *fintech* dalam menentukan pembiayaan UMKM (Huang et al., 2020). Menurut Huang et al., (2020), dimana studi tersebut meneliti lebih dari 1,8 juta data UMKM dari bank digital milik Ant Group China, mengatakan bahwa data-data yang biasa digunakan sebagai landasan *credit scoring* bagi bank dan *fintech* dapat dikategorikan pada dua jenis data yakni tradisional ataupun berbasis *proprietary* (rahasia) seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Basis Data untuk Credit Scoring Bank dan Fintech

No	Data	Kategori
1	Kepemilikan properti/rumah (0/1)	Tradisional
2	Kepemilikan kendaraan (0/1)	Tradisional
3	Jumlah kartu kredit	Tradisional
4	Usia pemilik UMKM	Tradisional
5	Jenis kelamin (Pria =1, wanita =0)	Tradisional
6	Umur UMKM	Tradisional
7	Kategorisasi kota tempat tinggal	Tradisional
8	Total dana masuk melalui Alipay	Proprietary
9	Rating took	Proprietary
10	Volume transaksi	Proprietary
11	Jumlah log in (6 bulan terakhir)	Proprietary
12	Kepemilikan saham di Taobao	Proprietary
13	Kelas VIP	Proprietary
14	Jumlah feedback positif dari klien	Proprietary
15	Network effect score	Proprietary
16	Link pada kartu kredit (0/1)	Proprietary
17	Saldo rata-rata harian produk investasi Yu'e Bao (3 bulan terakhir)	Proprietary
18	Rata-rata saldo harian Alipay (3 bulan terakhir)	Proprietary
19	Aktivitas pembayaran harian (1 tahun terakhir)	Proprietary
20	Total pembelian melalui e-commerce (6 bulan terakhir)	Proprietary
21	Konsumsi komoditas dalam satu triwulan	Proprietary
22	Jumlah kontrak yang dapat dipenuhi (harian)	Proprietary
23	Stabilitas kontrak	Proprietary
24	Durasi tinggal dalam satu lokasi	Proprietary
25	Aktivitas pembayaran (6 bulan terakhir)	Proprietary
26	Usia pemilik UMKM	Proprietary
27	Histori Kredit (1 bulan terakhir)	Proprietary
28	Histori Kredit (6 bulan terakhir)	Proprietary
29	Histori kredit (3 bulan terakhir)	Proprietary
30	Rasio saham transaksi (6 bulan terakhir)	Proprietary

Sumber: Diolah kembali oleh peneliti dari Huang et.al. (2020)

2.2.4. Risiko *Fintech* dan Perbankan dalam Menyalurkan Pembiayaan UMKM

Berikut merupakan beberapa risiko yang dipandang dapat dialami oleh perbankan dan P2P *lending* dalam menyalurkan pembiayaan UMKM.

Tabel 2. Risiko Pembiayaan UMKM

Risiko Bank	Risiko P2P Lending
a. Risiko Kredit: UMKM mungkin memiliki catatan keuangan yang terbatas, tingkat gagal bayar yang lebih tinggi, atau lebih rentan terhadap penurunan ekonomi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. Pemberi pinjaman berisiko mengalami gagal bayar pinjaman dan pinjaman bermasalah.	a. Risiko Kredit Macet (Default Risk): Risiko utama adalah potensi peminjam gagal membayar pinjaman, sehingga mengakibatkan kerugian modal dan bunga bagi pemberi pinjaman.
b. Risiko Ekonomi: Bank yang memberikan pinjaman kepada UMKM terpapar risiko ekonomi yang lebih luas. Jika terjadi penurunan kondisi perekonomian atau resesi, UMKM mungkin kesulitan membayar pinjaman mereka, yang berpotensi meningkatkan risiko kredit bagi bank	b. Risiko Platform: Platform P2P lending bertindak sebagai perantara, dan stabilitas keuangan dan kredibilitas platform tersebut sangat penting. Jika sebuah platform mengalami kegagalan atau terlibat dalam kegiatan penipuan, dapat mengakibatkan kerugian dana bagi pemberi pinjaman.
c. Risiko Regulasi: Bank tunduk pada berbagai peraturan, termasuk yang terkait dengan pemberian pinjaman kepada UMKM. Kepatuhan terhadap peraturan ini dapat menambah kompleksitas dan risiko potensial jika tidak dikelola dengan baik.	c. Kurangnya Regulasi: P2P <i>lending</i> mungkin beroperasi dalam lingkungan yang kurang diatur dibandingkan dengan bank konvensional, yang dapat meningkatkan risiko penipuan, penilaian peminjam yang tidak memadai, dan perlindungan yang tidak memadai bagi pemberi pinjaman.
d. Risiko Operasional: Bank harus memiliki sistem dan proses yang kuat untuk mengelola proses pemberian pinjaman secara efektif. Kegagalan operasional, seperti penilaian kredit yang tidak memadai atau pemantauan pinjaman yang buruk, dapat menyebabkan peningkatan risiko dan kerugian potensial.	d. Risiko Konsentrasi: Berinvestasi dalam pinjaman P2P sering melibatkan penyebaran investasi di antara beberapa peminjam untuk mengurangi risiko. Namun, jika sebagian besar investasi terkonsentrasi pada industri atau peminjam tertentu, dapat meningkatkan kerentanan terhadap penurunan pertumbuhan ekonomi atau risiko khusus sektor tersebut.

2.3.1. Definisi dan klasifikasi UMKM

Di Indonesia, definisi dan klasifikasi UMKM diatur menurut Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. PP ini memuat beragam regulasi kebijakan pada aspek kemudahan pendirian usaha, perizinan, fasilitasi, akses pembiayaan, akses ke rantai pasok, sampai akses pasar bagi koperasi dan UMKM. Sebelumnya, Undang-Undang (UU) UMKM mendefinisikan UMKM berdasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Namun, melalui UU Cipta Kerja, kriteria atau klasifikasi UMKM menjadi berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan yang kemudian diatur dalam PP No. 7 Tahun 2021 ini. Berikut merupakan klasifikasi atau kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 35 PP No. 7 Tahun 2021, yaitu sebagai berikut:

Skala Usaha	Modal Usaha*	Hasil Penjualan**
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 1 Miliar	Maksimal Rp. 2 Miliar
Usaha Kecil	Lebih dari Rp. 1 Miliar – Rp. 5 Miliar	Lebih dari Rp. 2 Miliar – Rp. 15 Miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp. 5 Miliar – Rp. 10 Miliar	Lebih dari Rp. 15 Miliar – Rp. 50 Miliar

Sumber: PP No. 7 Tahun 2021

* Modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha; tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

** Per tahun

Sedangkan secara definisi yang disebutkan oleh PP tersebut, definisi Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Kemudian Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.

PP No. 7 tahun 2021 menetapkan kriteria tambahan yang dapat digunakan selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Menurut Pasal 36 PP 7 tahun 2021 ini, untuk alasan tertentu, lembaga atau kementerian dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain. Misalnya nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penggunaan teknologi ramah lingkungan yang sesuai dengan standar industri atau sektor usaha. Pimpinan institusi bertanggung jawab untuk menerapkan kriteria tersebut, dengan persetujuan dari Menteri Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM sebagai profil industri. Menurut BPS, perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut (BPS, 2023). BPS pun mengklasifikasikannya melalui jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. BPS mendefinisikan industri mikro identik dengan industri rumah tangga, sehingga pengklasifikasian industri menjadi (1) industri rumah tangga atau mikro yang tenaga kerjanya berjumlah antara 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja berjumlah antara 5-19 orang; (3) industri sedang atau menengah dengan pekerja berjumlah antara 20-99 orang; dan (4) industri besar dengan pekerja sebanyak 100 orang atau lebih. BPS mengklasifikasikan perusahaan industri pengolahan ini hanya didasarkan pada jumlah tenaga kerja, tanpa mempertimbangkan apakah perusahaan menggunakan mesin atau tidak, dan tanpa mempertimbangkan modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

2.3.2. Ekspektasi UMKM terhadap pembiayaan *fintech* dan bank

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh EY pada tahun 2022, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) banyak mencari peluang pembiayaan setelah pandemi. Sebanyak 66% dari pengusaha UMKM menginginkan akses kredit yang lebih

cepat. Jika bank tidak dapat menyediakan hal tersebut, maka UMKM cenderung akan beralih ke *fintech* atau lembaga keuangan nonbank lainnya (Mastropietro & Blini, 2022). Oleh karena itu, bank sebagai lembaga keuangan dituntut untuk merevolusi penawaran kredit mereka dengan menggunakan otomatisasi, meningkatkan penggunaan data, dan analitik untuk menyederhanakan dan mempercepat keputusan pemberian pinjaman. Optimalisasi layanan pemberian pinjaman ini juga akan menjadi batu loncatan kritis ketika bank berencana untuk mengembangkan layanan ekosistem keuangan dan nonkeuangan yang lebih besar.

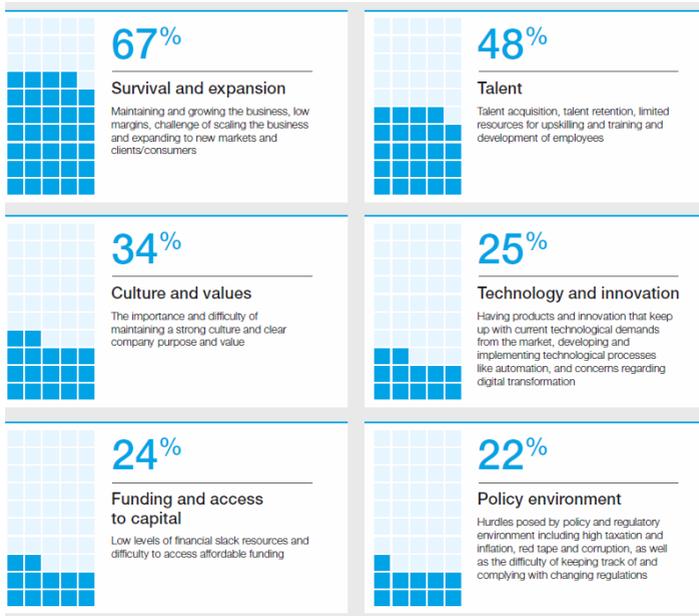


Sumber: Survei UKM Global EY

2.3.3. Hambatan yang dihadapi UMKM

Laporan *World Economic Forum* (2022) mengenai Kesiapan Masa Depan UMKM dan Perusahaan Menengah di tahun 2023 ini, menyebutkan bahwa secara umum, strategi untuk kelangsungan hidup dan ekspansi serta pendanaan dan akses ke permodalan tetap menjadi perhatian utama yang dihadapi UMKM di tahun 2022-2023 ini. Hambatan itu termasuk hambatan untuk masuk ke pasar, biaya operasional yang tinggi, persaingan dengan perusahaan besar mendominasi hambatan yang membatasi pertumbuhan dan ekspansi UMKM. Beberapa tantangan dan hambatan yang dirasakan UMKM terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 3. Tantangan dan Hambatan UMKM



Sumber: *World Economic Forum* (2022)

Dalam hal transformasi digital, kurangnya keterampilan SDM yang diperlukan menjadi penghambat utama digitalisasi UMKM (Marcon et al., 2019, Roman & Rusu, 2022; Le-Dain et al, 2023). Hal ini lebih dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi digital sehingga perusahaan harus menyesuaikan budayanya dan memperoleh keterampilan sumber daya manusia (SDM) baru. UMKM seringkali terbatas atas ketidakmapanannya dalam memiliki struktur teknis untuk mengadopsi teknologi baru (Mittal et al. 2018). Hal ini diikuti bersama dengan kurangnya dana keuangan internal maupun eksternal (Mittal et al. 2018; Horváth and Szabó, 2019; Roman & Rusu, 2022; Le-Dain et al, 2023). Hambatan ini dihadapi oleh UMKM yang belum mendigitalkan aktivitas bisnis mereka atau melakukannya hanya dalam skala yang sangat terbatas (Roman & Rusu, 2022). Roman & Rusu (2022) juga menekankan pentingnya masalah infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di daerah pedesaan sebagai hambatan digitalisasi. Namun, hambatan ini menjadi tidak signifikan pada daerah perkotaan.

Lebih lanjut, transformasi digital dapat menjadi tantangan bagi operasional UMKM karena berbagai alasan. Penghambat utama ialah pengelolaan harian atau aktivitas operasi dasar perusahaan (Marcon et al., 2019). Kesulitannya tidak hanya terletak pada upaya implementasi tetapi juga pada upaya pemeliharaan, hingga perolehan keterampilan SDM baru (Mittal et al. 2018; *World Economic Forum*, 2022). Sehingga digitalisasi ini tidak hanya mengubah strategi perusahaan (Bouwman & de Reuver, 2019), tetapi juga dapat memengaruhi mitra, pelanggan, dan lebih umum ke jaringan ekosistem perusahaan (Horváth and Szabó, 2019; Le-Dain et al, 2023). Pelanggan ragu-ragu atas keamanan data serta enggan memberikan data dan ada ketakutan manipulasi data dari penyedia (Horváth and Szabó, 2019). Selain itu, saat digitalisasi mampu memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang dan meningkatkan reputasi digitalnya, UMKM seringkali gagal dalam mengadopsi serta memanfaatkan teknologi digital ini (Molinillo dan Japutra, 2017).

Halaman ini sengaja dikosongkan

Bab 3

METODE PENELITIAN

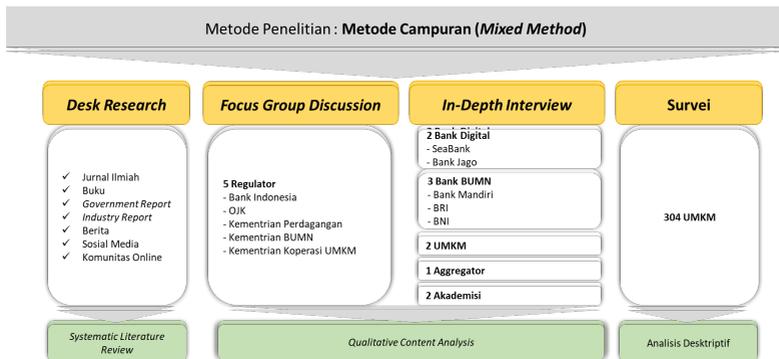


Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini bersifat multi-metode (*mixed methods*) atau metode campuran yang melibatkan empat metode utama, yaitu:

Pertama, *desk research* untuk melakukan *benchmarking* terkait pendanaan UMKM melalui platform pada berbagai lembaga keuangan di negara lain. Sumber referensi dari *desk research* ini dapat berasal dari jurnal ilmiah maupun publikasi populer.

1. Kedua, diskusi kelompok terfokus/*Focus Group Discussion* (FGD)
2. Ketiga, metode wawancara mendalam/*In-Depth Interview* (IDI), serta
3. Keempat ialah metode survei.
4. Alur metodologi yang digunakan dalam kajian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. Metodologi Penelitian dan Pemetaan Responden



Desk research dilakukan sebagai tahapan awal dari penelitian ini karena metode tersebut menawarkan berbagai keuntungan dan solusi atas permasalahan penelitian. Pertama, *desk research* dapat membantu Indonesia untuk melakukan *benchmarking* pada negara-negara lain terkait model bisnis pembiayaan digital. Kedua, *desk research* juga dapat membantu untuk mengidentifikasi faktor keberhasilan yang utama, tantangan, dan peran berbagai pemangku kepentingan dalam implementasi model-model pembiayaan digital UMKM. Informasi tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan model bisnis pembiayaan digital generik untuk lembaga keuangan di Indonesia. Ketiga, *desk research* dapat digunakan untuk memetakan sisi pasok dan permintaan dari lanskap pembiayaan digital di Indonesia, mengidentifikasi jenis lembaga keuangan yang menawarkan pembiayaan digital, jenis pembiayaan yang tersedia, dan persyaratan administratif dan jaminan untuk UMKM. Informasi

tersebut kemudian dapat digunakan untuk mengembangkan rekomendasi bagi lembaga keuangan, UMKM, dan regulator untuk mempercepat implementasi model-model pembiayaan digital. Keempat, *desk research* dapat digunakan untuk menganalisis peran dan upaya yang diperlukan dari berbagai pemangku kepentingan dalam memfasilitasi implementasi dan pertumbuhan model-model pembiayaan digital di Indonesia.

Wawancara mendalam (IDI) akan dilakukan dengan pemilik dan manajer UMKM. Metode ini dirancang untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan ekspektasi mereka terhadap pembiayaan digital. Pertanyaan dalam wawancara akan dirancang secara terstruktur dan fokus pada topik-topik yang berkaitan dengan pembiayaan digital, seperti jumlah pembiayaan yang dibutuhkan, prasyarat untuk mengakses pembiayaan digital, dan fitur yang penting bagi pembiayaan digital untuk berguna bagi UMKM. Selain itu, wawancara juga akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengakses pembiayaan dan pengalaman mereka dengan pembiayaan digital.

Diskusi kelompok terfokus (FGD) dilakukan dengan perwakilan dari bank dan lembaga keuangan bukan bank yang menyediakan pembiayaan digital kepada UMKM. FGD dirancang untuk mendapatkan pandangan dari berbagai *stakeholder* terkait implementasi pembiayaan digital, termasuk model bisnis yang digunakan, risiko dan tantangan yang terkait dengan memberikan pembiayaan digital, faktor kunci kesuksesan, dan peran yang dimainkan oleh *stakeholder*. Diskusi juga akan mengeksplorasi peluang untuk meningkatkan model pembiayaan digital dan meningkatkan penetrasi pembiayaan digital bagi UMKM

Data yang terkumpul dari metode wawancara mendalam dan FGD akan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yang dihasilkan dari wawancara mendalam dan FGD akan dianalisis menggunakan analisis konten (*content analysis*) untuk mengidentifikasi tema dan pola dalam data.

Aspek penting yang juga akan digali dari metode pengumpulan data seperti yang ditampilkan oleh Gambar 4 adalah aspek risiko dari pembiayaan UMKM. Aspek tersebut akan menjadi salah satu poin atau pertanyaan yang akan disampaikan pada IDI, FGD maupun survei. Dari sisi *supply*, poin-poin pertanyaan risiko akan terkait dengan bagaimana lembaga keuangan melakukan identifikasi, penilaian, maupun mitigasi risiko pembiayaan untuk UMKM. Sementara dari sisi *demand*, poin-poin pertanyaan risiko akan terkait dengan pemetaan model bisnis UMKM sehingga dapat teridentifikasi titik risiko yang terjadi pada pembiayaan UMKM.

Pada metode survei, instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini berasal dari beberapa sumber acuan yang menganalisis mengenai pembiayaan digital. Responden dari survei ini merupakan UMKM pada skala kecil dan menengah di Indonesia. Instrumen penelitian dapat dirincikan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian berikut sesuai dengan ruang lingkungannya. Sistematis instrumen penelitian berupa kuesioner dan meliputi pertanyaan mengenai:

1. Profil dan Karakteristik Responden
2. Pengelolaan Keuangan Responden
3. Status Pembiayaan Responden
4. Pengetahuan tentang Pembiayaan Digital
5. Niat untuk menggunakan Pembiayaan Digital
6. Keterikatan responden atas *Fintech*
7. Persepsi Responden atas Pembiayaan Digital
8. Saran terhadap Pembiayaan Digital

Pengolahan data kuantitatif ini dilakukan menggunakan analisis deksriptif. Kuesioner penelitian dapat dilihat pada (Lampiran – 3).

Kajian ini dilaksanakan pada bulan Juli-September 2023 dari mulai persiapan, instrumen survei, pengambilan data, pengolahan data, analisis data, hingga penyusunan laporan. Telah dilakukan IDI dan FGD kepada bank BUMN, bank digital, regulator, akademisi, serta aggregator baik secara luring maupun daring. Adapun survei kepada UMKM dilakukan seluruhnya secara luring. Terdapat 304 UMKM yang berpartisipasi sebagai responden pada survei penelitian ini.

Bab 4

***BENCHMARKING
BEST PRACTICES
DI BEBERAPA
NEGARA***



Bab ini akan membahas mengenai hasil temuan *desk research* dalam menemukan *benchmarking* terkait pendanaan UMKM melalui platform pada berbagai lembaga keuangan di negara lain. Utamanya melihat *benchmarking best practices* di negara Cina yaitu *Ant Financial Ecosystem* dan *China's Social Credit System* (Sistem Kredit Sosial Cina/SCS). Pada akhir bab akan dibahas mengenai simpulan terkait *benchmarking* dan model bisnis *benchmark* dalam bentuk Business Model Canvas.

4.1

Benchmarking Pembiayaan Digital untuk UMKM di beberapa negara

Tabel 3. Beberapa lembaga keuangan penyedia pembiayaan digital bagi UMKM di berbagai negara

Benua	Negara	Bank	Fintech
Amerika	Amerika Serikat	-	Kabbage (Amex)
	Ekuador	Banco Pichincha	-
	Argentina	-	Siembro
	Meksiko	-	Aspiria, Konfio
Eropa	Inggris	-	Allica Bank, OakNorth
	Beberapa negara di Eropa	-	Iwoca
Asia	China	-	Ant Group
	Singapura	DBS bank	-
	India	-	NeoGrowth, SMEcorner.com
	Filipina	-	FirstCircle
Australia	Australia	Judo Bank	Prospa
Afrika	Beberapa negara di Afrika	-	Lulalend, Fundrr, Merchant Capital, Uprise. Africa, TymeBank, Float, Brass

Sumber: Dikompilasi dari berbagai sumber oleh peneliti

1. Amerika

a. Kabbage (Blueprint)

Kabbage merupakan *fintech* yang memberikan pendanaan otomatis (*automated funding*) untuk usaha kecil dalam hitungan menit dengan memanfaatkan data yang dihasilkan melalui aktivitas bisnis seperti data akuntansi, penjualan *online*, pengiriman, dan sumber data lain untuk memahami kinerja usaha kecil tersebut dan memberikan pendanaan fleksibel secara *real-time*. *Fintech* ini juga menawarkan *consumer loans* melalui platformnya. Pendanaan *online* yang diberikan untuk usaha kecil mencapai \$250.000. *Fintech* ini juga menyediakan jasa arus kas otomatis (*automated cash flow*), termasuk rekening giro bisnis, pembayaran *online*, dan *business insight*. Kabbage didirikan pada tahun 2009 dan diakuisisi oleh American Express (Amex) pada Agustus 2020. Hingga saat ini, Kabbage telah menyediakan lebih dari 500.000 usaha kecil akses modal kerja lebih dari \$16 miliar.

Pada Februari 2023, *brand* Kabbage tidak lagi digunakan oleh Amex. Amex mengubah nama Kabbage menjadi Business Blueprint. Business Blueprint menawarkan kepada UMKM produk keuangan digital, alat pengelolaan kartu pembayaran, dan info arus kas melalui fitur MyInsights. Platform ini bertujuan untuk meringankan beban pemilik bisnis kecil dengan membantu mereka mengelola arus kas, mengajukan pinjaman, membayar tagihan dan vendor, memeriksa saldo akun, mendepositokan cek, menerima pembayaran dengan kartu, dan lainnya. Selain itu, platform ini memproyeksikan saldo kas hingga 30 hari ke depan dan mengirimkan peringatan terkait pengeluaran, serta memungkinkan pengguna untuk melihat dan menukarkan poin *reward* keanggotaan mereka.

b. Banco Pichincha

Banco Pichincha adalah bank swasta terbesar di Ekuador dengan lebih dari 50% nasabahnya adalah wanita. Banco Pichincha menawarkan layanan keuangan mikro digital pertama di Ekuador dengan alur pencairan dana yang dikelola secara mandiri oleh nasabah. Layanan tersebut diciptakan dengan basis proses automasi yang *robust* yang memungkinkan para pengusaha mikro yang memenuhi syarat untuk mendapatkan dan mengelola sendiri pinjaman mikro dalam hitungan menit. Sistem layanan ini dibangun selama lima bulan, proses pengajuan pinjaman mikro secara automasi dengan metode analitik *robust* untuk melindungi bank dari risiko dan nasabah yang *over-indebteness*. Para analis kredit di bank ini dapat menyetujui pengajuan

kredit mikro ini dalam 5 sampai 10 menit melalui telepon atau *video call*. Bersamaan dengan penawaran layanan ini, Banco Pichincha juga menciptakan platform pendidikan digital dan keuangan khusus untuk segmen pengusaha mikro. Selain itu, bank ini berupaya mempromosikan inklusi digital dan keuangan bagi pengusaha mikro di Ekuador dengan program sekolah bisnis, seminar, dan kampanye tabungan untuk membantu pengusaha mikro dalam mengelola kesehatan keuangannya dan bertransisi ke platform digital. Sejak diluncurkan dalam sebelas bulan, total pinjaman mikro yang disalurkan mencapai \$213 juta kepada lebih dari 28.000 nasabah. Layanan ini memperoleh skor 4,5 dari 5 dalam hal tingkat kepuasan nasabah dan skor 92% untuk rekomendasi produk. Bagi Banco Pichincha, layanan pinjaman mikro digital ini mampu mengurangi biaya *loan placement* 90% dan meningkatkan produktivitas staf penjualan hingga empat kali lipat.

c. Siembro

Siembro adalah *fintech* yang berbasis di kota Cordoba, Argentina dan didirikan pada tahun 2017. *Fintech* ini menyediakan platform pembiayaan *multi-lender* yang berfokus pada sektor pertanian melalui kemitraan dengan bank dan lembaga keuangan nonbank. Melalui *platformnya* dengan algoritma pinjaman berbasis AI, *fintech* ini dapat menyetujui pengajuan pinjaman bagi petani di Amerika Latin. Layanan agrokredit yang ditawarkan kepada petani memiliki beberapa keunggulan seperti produk yang dirancang khusus untuk UMKM pertanian, pembayaran dapat dilakukan secara bulanan, triwulan, atau per semester dan sistem pelacakan *online* terkait masa berlaku pinjaman dan jaminan. Bagi mitra bank dan lembaga keuangan nonbank, Siembro menawarkan sistem pembayaran dan pembiayaan yang sederhana sehingga pihak mitra dapat menyalurkan lebih banyak pinjaman UMKM, validasi kredit nasabah, dan sebagai pihak yang melakukan penagihan pinjaman.

d. Aspiria

Menurut laporan Internal Finance Corporation (2018), sebagian besar ekosistem *fintech* di Meksiko muncul karena dipicu oleh kesenjangan sosial dan keuangan yang berdampak pada negara dan UMKM. UMKM di Meksiko menyumbang 88% lapangan kerja di sektor swasta tetapi kontribusi ekonomi UMKM hanya 35% terhadap PDB Meksiko. Porsi kontribusi yang kecil ini terutama disebabkan oleh kurangnya akses

terhadap kredit untuk membiayai pertumbuhan UMKM. Akibatnya, perusahaan *fintech* yang berkembang di Meksiko sebagian besar melayani segmen nasabah yang *unbankable*.

Aspiria adalah *fintech* pinjaman digital yang menargetkan UMKM yang tidak memiliki rekening bank di Meksiko sejak 2013. *Fintech* ini memiliki sistem proses pembiayaan digital otomatis dengan alternatif *credit scoring* sehingga mampu melayani usaha mikro dan kecil yang tidak bisa mengakses pinjaman dari bank. Utamanya karena usahanya masih dalam tahap awal dan tidak memiliki data rekam jejak perusahaan yang memadai. Pada tahun 2023, Aspiria juga melayani pembiayaan bagi perusahaan energi terbarukan. Plafon pembiayaan tanpa jaminan dapat mencapai USD 75.000 dan untuk pembiayaan yang lebih besar dengan jaminan hingga USD 750.000.

e. Konfio

Konfio adalah platform pinjaman *online* yang menggunakan algoritma kredit inovatif dan analisis data alternatif untuk membantu UMKM di Meksiko mendapatkan pinjaman modal kerja yang terjangkau. Layanan yang ditawarkan Konfio adalah kredit usaha, kartu kredit bisnis, dan pembayaran. Perusahaan ini memperoleh pendapatan dari pendapatan bunga dari penyaluran kredit dan pendapatan pertukaran dari produk kartu kredit dan *point-of-sale terminals*. Konfio mengenakan suku bunga dengan tingkat persentase tahunan rata-rata (APR) sebesar 31,6% dan untuk kartu kredit bisnis, Konfio membebankan APR yang lebih tinggi lagi sebesar 67,4%. Sejak didirikan pada 2013, *fintech* ini telah menyalurkan lebih dari 45.000 pinjaman kepada lebih dari 27.600 UMKM di Meksiko.

2. Asia

a. Ant Group

Salah satu perusahaan terkemuka di Asia yang menyediakan pembiayaan digital untuk usaha kecil dan menengah (UKM) adalah Ant Group. Ant Group, sebelumnya dikenal sebagai Ant Financial Services Group, adalah anak perusahaan dari Alibaba Group, sebuah konglomerat multinasional asal China. Ant Group mengoperasikan Alipay, salah satu platform pembayaran *online* dan *mobile* terbesar di dunia, dan menawarkan berbagai layanan keuangan termasuk pinjaman digital dan pembiayaan mikro untuk UMKM.

ANT Group, sebuah perusahaan afiliasi dari Alibaba Group, mengoperasikan beberapa platform teknologi keuangan termasuk Alipay, yang merupakan salah satu platform pembayaran digital terbesar di China. Terkait dengan upaya ANT Group mendukung pendanaan digital untuk UMKM, ANT Group menyediakan platform dan melakukan beberapa aktivitas terkait seperti:

- 1) Platform Peminjaman *Online*: ANT Group mengoperasikan platform peminjaman *online* seperti MYbank. Platform ini memanfaatkan *big data* dan kecerdasan buatan untuk menilai kelayakan kredit UMKM. Dengan menganalisis berbagai data, termasuk riwayat transaksi dan perilaku *online*, platform ini dapat memberikan akses cepat dan mudah ke pinjaman bagi UMKM. Dengan menggunakan teknologi AI dan manajemen risiko yang dimiliki, rasio pinjaman bermasalah (*non-performing loan/NPL*) untuk pinjaman bisnis UMKM di MYbank telah berhasil dipertahankan sekitar 1%.
- 2) Pembiayaan Rantai Pasok: Platform ANT Group menawarkan solusi pembiayaan rantai pasok untuk UMKM. Dengan mendigitalisasi proses rantai pasok, termasuk pemesanan, faktur, dan pembayaran, ANT Group dapat memfasilitasi akses yang lebih cepat ke pembiayaan bagi UMKM yang terlibat dalam rantai pasok. Ini memungkinkan UMKM untuk mengatasi kesenjangan modal kerja dan menjaga kelancaran arus kas.
- 3) Penilaian Kredit dan Evaluasi Risiko: ANT Group memanfaatkan sumber daya data yang luas, termasuk data transaksi dari Alipay dan platform afiliasi lainnya, untuk membangun model penilaian kredit dan menilai kelayakan kredit UMKM. Hal tersebut membantu dalam mengevaluasi risiko yang terkait dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan kepada UMKM dan memungkinkan pengambilan keputusan pinjaman yang lebih terinformasi.
- 4) Layanan UMKM: ANT Group menyediakan berbagai layanan digital untuk mendukung UMKM selain pendanaan. Layanan ini termasuk alat pemasaran digital, manajemen hubungan pelanggan, manajemen inventaris, dan analitika bisnis. Dengan memanfaatkan layanan ini, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka dalam ekonomi digital.

b. Bank DBS

DBS Bank Singapura telah menerapkan beberapa inisiatif untuk mendukung UMKM melalui digitalisasi, layanan konsultasi, solusi pembiayaan, kemitraan, pendidikan, dan dukungan ekspansi internasional. Secara spesifik, berikut beberapa langkah yang telah diambil:

- 1) Transformasi Digital: DBS Bank telah menginvestasikan dana secara ekspansif dalam hal transformasi digital untuk menyediakan solusi perbankan yang nyaman dan efisien bagi UMKM. Mereka menawarkan berbagai alat dan platform digital yang memungkinkan UMKM mengelola keuangan mereka, melakukan transaksi, dan mengakses layanan perbankan secara *online*. Ini termasuk aplikasi perbankan *mobile*, pembukaan rekening *online*, dan solusi pembayaran digital.
- 2) Layanan Konsultasi Bisnis: DBS Bank menyediakan layanan konsultasi bisnis personal bagi UMKM. Mereka memberikan panduan dan keahlian dalam bidang perencanaan keuangan, manajemen arus kas, dan strategi ekspansi bisnis. Layanan konsultasi ini membantu UMKM membuat keputusan yang terinformasi dan mengatasi tantangan dengan efektif.
- 3) Solusi Pembiayaan: DBS Bank menawarkan berbagai solusi pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Mereka menyediakan pinjaman modal kerja, pembiayaan perdagangan, pembiayaan peralatan, dan produk pinjaman lainnya untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi UMKM. DBS Bank juga memiliki inisiatif seperti DBS SME Working Capital Loan, yang memberikan akses cepat ke modal kerja bagi UMKM.
- 4) Ekosistem Kemitraan: DBS Bank telah membangun ekosistem kemitraan yang kuat untuk mendukung UMKM. Mereka bekerja sama dengan lembaga pemerintah, asosiasi industri, dan penyedia teknologi untuk menawarkan solusi komprehensif dan dukungan bagi UMKM. Ini termasuk akses ke hibah pemerintah, peluang jaringan bisnis, dan program adopsi teknologi.
- 5) Pendidikan dan Pelatihan: DBS Bank mengadakan lokakarya, seminar, dan webinar untuk menyediakan sumber daya pendidikan dan wawasan bagi UMKM. Inisiatif-inisiatif ini mencakup berbagai topik seperti manajemen keuangan, transformasi digital, dan tren pasar. Dengan meningkatkan pengetahuan dan

keterampilan UMKM, DBS Bank memberdayakan mereka untuk membuat keputusan yang terinformasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

- 6) Dukungan Ekspansi Internasional: DBS Bank membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara internasional. Mereka menyediakan pembiayaan perdagangan, solusi mata uang asing, dan wawasan pasar untuk membantu UMKM menjelajahi pasar baru dan memanfaatkan peluang global. Jaringan luas DBS Bank di Asia memberikan akses UMKM ke jaringan perdagangan dan bisnis internasional.

c. NeoGrowth

Perusahaan yang berbasis di Mumbai ini berfokus pada pemberian pinjaman digital untuk UMKM. *Fintech* yang didirikan oleh Dhruv Khaitan dan Piyush Khaitan pada 2010 menawarkan pinjaman kepada usaha kecil berdasarkan penjaminan transaksi digital dan arus kas mereka untuk menilai kesehatan bisnis. NeoGrowth mencairkan pinjaman antara INR 200.000-7,5 juta (USD 3.000-USD 0,1 juta) dan telah melayani lebih dari 150.000 UMKM dengan penyalurkan pinjaman lebih dari \$1 miliar di 25 kota di India. *Fintech* ini menawarkan pinjaman kepada pengusaha pemula, pemilik bisnis wanita, dan usaha kecil yang kurang terlayani di 70 segmen UMKM.

Neogrowth memiliki pendekatan inovatif dalam memberikan pembiayaan kepada UMKM yang tidak memenuhi persyaratan saat mengajukan pembiayaan yang bersifat tradisional yang biasanya diperlukan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya. Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan oleh Neogrowth untuk mendukung UMKM:

- 1) Pembiayaan Berbasis Kinerja: Neogrowth menggunakan model pembiayaan berbasis kinerja, di mana keputusan pembiayaan didasarkan pada kinerja bisnis UMKM dan potensi pertumbuhannya, bukan hanya pada aset atau riwayat kredit. Mereka menganalisis data transaksi harian UMKM, seperti penerimaan kartu kredit/debit, penjualan *online*, atau transaksi *e-wallet*, untuk menentukan kemampuan UMKM dalam membayar pinjaman.
- 2) Proses Aplikasi Cepat dan Mudah: Neogrowth menawarkan proses aplikasi yang cepat dan mudah. UMKM dapat mengajukan permohonan pembiayaan melalui platform *online* Neogrowth

atau melalui mitra mereka. Proses aplikasi yang sederhana dan tanpa jaminan membuatnya lebih mudah bagi UMKM untuk mendapatkan akses cepat ke dana yang mereka butuhkan.

- 3) **Pembiayaan Bertahap:** Neogrowth menawarkan pembiayaan bertahap yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Mereka memberikan dana awal kepada UMKM dan kemudian meningkatkan limit pembiayaan seiring pertumbuhan bisnis. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mengelola arus kas mereka dengan lebih baik dan memperoleh pembiayaan tambahan saat diperlukan.
- 4) **Dukungan dan Bimbingan:** Selain pembiayaan, Neogrowth juga menyediakan dukungan dan bimbingan kepada UMKM. Mereka memiliki tim ahli yang membantu UMKM dalam memahami dan mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif. Tim ini memberikan saran tentang strategi bisnis, manajemen arus kas, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.
- 5) **Fleksibilitas Pembayaran:** Neogrowth menawarkan fleksibilitas dalam pembayaran pembiayaan. Mereka memungkinkan UMKM untuk membayar melalui potongan langsung dari transaksi kartu atau melalui transfer rekening, sesuai dengan preferensi dan kemampuan UMKM

d. SMECorner.com

Fintech yang didirikan pada tahun 2014 dan berbasis di Mumbai ini adalah *online lending marketplace* bagi UMKM yang berjualan di situs *e-commerce* seperti Flipkart dan eBay India. SMECorner.com menawarkan '*Loan Eligibility Calculator*' dan '*Loan EMI Calculator*' SMECorner.com untuk membantu UMKM akan berbagai pilihan pembiayaan yang dapat mereka akses. Dengan 32 bank dan lembaga keuangan bukan bank sebagai pemberi pinjaman, SMECorner.com telah mencairkan lebih dari INR 300 juta atau setara USD 4,6 juta (2018).

Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan oleh SMECorner.com untuk mendukung UMKM:

- 1) **Pembiayaan Cepat dan Mudah:** SMECorner.com menawarkan proses aplikasi pembiayaan yang cepat dan mudah. UMKM dapat mengajukan permohonan pembiayaan melalui platform *online* mereka dengan mengisi formulir aplikasi dan menyampaikan

dokumen yang diperlukan. Proses persetujuan biasanya dilakukan dalam waktu singkat, memungkinkan UMKM untuk mendapatkan akses cepat ke dana yang mereka butuhkan.

- 2) **Pembiayaan Tanpa Jaminan:** SMECorner.com menawarkan pembiayaan tanpa jaminan (*unsecured*) kepada UMKM. Ini berarti UMKM tidak perlu memberikan jaminan atau aset sebagai agunan untuk mendapatkan pembiayaan. Hal ini memudahkan UMKM yang tidak memiliki aset yang cukup sebagai jaminan untuk mendapatkan pembiayaan.
- 3) **Pembiayaan Berbasis Digital:** Platform SMECorner.com menyediakan pengalaman pembiayaan yang sepenuhnya digital. UMKM dapat mengajukan permohonan, mengunggah dokumen, dan melacak status pembiayaan secara *online* melalui platform mereka. Ini memudahkan UMKM untuk mengakses dan mengelola pembiayaan mereka secara efisien.
- 4) **Pembiayaan yang Disesuaikan:** SMECorner.com menawarkan pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan profil UMKM. Mereka menyediakan berbagai jenis pembiayaan seperti pinjaman modal kerja, pinjaman investasi, kredit modal kerja, dan lainnya. UMKM dapat memilih pembiayaan yang paling sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.
- 5) **Dukungan dan Konsultasi:** Selain pembiayaan, SMECorner.com juga menyediakan dukungan dan konsultasi kepada UMKM. Mereka memiliki tim ahli yang dapat memberikan nasihat tentang pembiayaan, manajemen keuangan, pengembangan bisnis, dan strategi pertumbuhan. Tim ini membantu UMKM untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan merencanakan langkah-langkah untuk meningkatkan bisnis.

3. Australia

Judo Bank

Judo Bank didirikan tahun 2016 dan memiliki lisensi perbankan untuk menasar segmen nasabah UMKM. Model bisnis Judo Bank dengan membangun sistem perbankan berbasis teknologi digital sehingga penilaian pemberian pinjaman kepada nasabah didasarkan pada kinerja bisnis UMKM. Judo Bank menggunakan pendekatan *multi-cloud* - Microsoft Azure dan Amazon Web Services - dan menciptakan arsitektur di semua aplikasi Judo sehingga layanan dapat beroperasi di *cloud* manapun. Dengan terciptanya satu ekosistem tersebut, Judo Bank memiliki identitas

digital bagi nasabah dan staf yang merupakan faktor penting dalam ekosistem perbankan digital. Untuk mendukung ekosistem tersebut, Judo Bank banyak bermitra dengan berbagai jenis perusahaan seperti perusahaan telekomunikasi (Over the Wire), *security partner cloud* (TSS), platform perbankan terkait penyediaan pelaporan peraturan (Temenos), provider penyedia CRM (Unifi, BankSight, RapidID), perusahaan *business intelligence* dan visualisasi data (Domo).

4. Afrika

Berdasarkan International Finance Corporation (2023), terdapat kesenjangan kredit UMKM tahunan sekitar \$20 miliar di Afrika Selatan. Berikut adalah empat perusahaan *fintech* Afrika Selatan yang membantu UMKM mengatasi kesenjangan pendanaan (Cardoza, 2022):

a. Fundrr

Fundrr adalah perusahaan teknologi keuangan yang dapat mengevaluasi bisnis dan pemilik bisnis secara holistik. Fundrr menyediakan pembiayaan bisnis yang cepat dan mudah untuk membantu UMKM di wilayah Afrika Selatan. Fundrr memberikan dukungan kepada UMKM dalam hal pembiayaan melalui beberapa cara, antara lain:

- 1) **Pembiayaan Berbasis Pendanaan *Peer-to-Peer* (P2P):** Fundrr mengoperasikan platform *P2P lending* yang menghubungkan UMKM yang membutuhkan pembiayaan dengan para pemberi pinjaman. Melalui platform ini, UMKM dapat mengajukan pinjaman dan mengakses dana dari investor yang tertarik untuk membiayai proyek atau usaha mereka.
- 2) **Proses Aplikasi yang Mudah dan Cepat:** Fundrr menyediakan proses aplikasi pembiayaan yang mudah dan cepat. UMKM dapat mengajukan permohonan pembiayaan melalui platform *online* mereka dengan mengisi formulir aplikasi dan menyampaikan dokumen yang diperlukan. Proses persetujuan biasanya dilakukan dalam waktu singkat, memungkinkan UMKM untuk mendapatkan akses cepat ke dana yang mereka butuhkan.
- 3) **Pembiayaan Tanpa Jaminan:** Fundrr juga menyediakan pembiayaan tanpa jaminan (*unsecured*) bagi UMKM. Ini berarti UMKM tidak perlu memberikan aset atau jaminan sebagai agunan untuk mendapatkan pembiayaan. Hal ini memudahkan UMKM yang tidak memiliki aset yang cukup sebagai jaminan untuk mendapatkan akses ke pembiayaan.

- 4) **Pembiayaan yang Disesuaikan:** Funddr menawarkan pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan profil UMKM. Mereka menyediakan berbagai jenis pembiayaan seperti pinjaman modal kerja, pinjaman investasi, kredit modal kerja, dan lainnya. UMKM dapat memilih pembiayaan yang paling sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.
- 5) **Dukungan dan Konsultasi:** Selain pembiayaan, Funddr juga memberikan dukungan dan konsultasi kepada UMKM. Mereka memiliki tim ahli yang dapat memberikan nasihat tentang pembiayaan, manajemen keuangan, pengembangan bisnis, dan strategi pertumbuhan. Tim ini membantu UMKM untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan merencanakan langkah-langkah untuk meningkatkan bisnis.

b. Lulalend

Lulalend adalah *fintech* yang diluncurkan pada 2014 menggunakan proses aplikasi *online* dan *internal credit metrics* (algoritma penilaian kredit dan beragam sumber data alternatif) untuk memberikan pinjaman jangka pendek kepada UMKM. Dengan metrik kredit tersebut, Lulalend dapat memberikan dana dalam hitungan jam. Lulalend juga bermitra dengan perusahaan telekomunikasi Vodacom, *fintech* Yoco, dan perusahaan *e-commerce* Takekot sebagai bagian dari strategi distribusi kredit. Pada tahun 2019, skala pinjaman mulai dari \$1.500 sampai \$70.00 untuk tenor 6 -12 bulan dengan bunga 2-6%. Saat ini, skala pinjaman yang ditawarkan dari \$250 hingga \$300.000 untuk tenor 12 bulan dengan bunga bulanan 1,5-3%. Lulalend mengklaim NPL berkisar 4-5%. Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan oleh Lulalend untuk mendukung UMKM:

- 1) **Pembiayaan Cepat dan Mudah:** Lulalend menyediakan proses aplikasi pembiayaan yang cepat dan mudah. UMKM dapat mengajukan permohonan pembiayaan melalui platform *online* mereka dengan mengisi formulir aplikasi dan menyampaikan dokumen yang diperlukan. Proses persetujuan biasanya dilakukan dalam waktu singkat, memungkinkan UMKM untuk mendapatkan akses cepat ke dana yang mereka butuhkan.
- 2) **Pembiayaan Tanpa Jaminan:** Lulalend menawarkan pembiayaan tanpa jaminan (*unsecured*) kepada UMKM. Hal ini berarti UMKM tidak perlu memberikan jaminan atau aset sebagai agunan untuk

mendapatkan pembiayaan. Ini memudahkan UMKM yang tidak memiliki aset yang cukup sebagai jaminan untuk mendapatkan pembiayaan.

- 3) **Pembiayaan Berbasis Teknologi:** Lulalend menggunakan teknologi canggih dan algoritma analisis data untuk mengevaluasi kelayakan kredit UMKM. Mereka menganalisis berbagai data termasuk transaksi bisnis, laporan keuangan, dan profil risiko untuk menentukan kemampuan UMKM dalam mengelola pinjaman. Pendekatan berbasis teknologi ini memungkinkan Lulalend untuk memberikan pembiayaan yang cepat dan akurat kepada UMKM.
- 4) **Pembiayaan yang Disesuaikan:** Lulalend menyediakan pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis UMKM. Mereka menawarkan berbagai jenis pembiayaan seperti pinjaman modal kerja, pinjaman investasi, atau kredit perdagangan. UMKM dapat memilih pembiayaan yang paling sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.
- 5) **Dukungan dan Layanan Pelanggan:** Selain pembiayaan, Lulalend juga menyediakan dukungan dan layanan pelanggan yang responsif. Mereka memiliki tim yang siap membantu UMKM dalam proses pengajuan pembiayaan, menjawab pertanyaan, dan memberikan nasihat finansial. Lulalend berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang baik bagi UMKM dalam memperoleh dan mengelola pembiayaan.

c. Merchant Capital South Africa

Merchant Capital didirikan pada tahun 2012 sebagai penyedia sumber modal kerja alternatif, yang dirancang khusus untuk UMKM di Afrika Selatan. Pada tahun 2013, Capricorn Capital Group berinvestasi di Merchant Capital. Investasi ini menambah nilai bagi tim Merchant Capital sebagai pemegang saham referensi, membawa banyak pengalaman sukses dalam layanan keuangan dan pembiayaan. Merchant Capital didirikan untuk mendukung bisnis yang tidak memiliki akses ke solusi pendanaan tradisional.

d. Uprise.Africa

Uprise.Africa adalah platform pendanaan ekuitas *crowdfunding* Afrika Selatan. Platform mereka memungkinkan investor di seluruh dunia untuk menginvestasikan modal ke bisnis-bisnis di Afrika Selatan dengan imbalan saham ekuitas. Uprise.Africa mengganggu lanskap

pendanaan tradisional negara tersebut dengan menyediakan metode alternatif bagi bisnis untuk mengumpulkan modal di Afrika Selatan. Uprise.Africa diatur dan diotorisasi oleh Financial Sector Conduct Authority Afrika Selatan.

5. Eropa

a. OakNorth

OakNorth adalah perusahaan *fintech* asal Inggris yang didirikan pada tahun 2013 oleh Rishi Khosla dan Joel Perlman dengan tujuan untuk mengatasi kesenjangan pembiayaan bagi UMKM dengan memanfaatkan teknologi dan analisis data. OakNorth mengembangkan platform pemberian pinjaman berbasis *cloud* yang menggabungkan kecerdasan buatan (AI) dan algoritma pembelajaran mesin untuk menganalisis data keuangan dan nonkeuangan dari bisnis. Platform ini memungkinkan bank dan lembaga keuangan membuat keputusan kredit yang lebih cepat dan akurat, terutama untuk UMKM yang sering tidak terlayani oleh pemberi pinjaman tradisional.

Salah satu aspek kunci dari pendekatan OakNorth adalah fokus pada penilaian kelayakan kredit UMKM. Platform ini menganalisis berbagai data, termasuk laporan keuangan, proyeksi arus kas, tren industri, dan faktor-faktor makroekonomi, untuk membangun pemahaman yang komprehensif tentang bisnis peminjam. Hal ini memungkinkan pemberi pinjaman untuk membuat keputusan pemberian pinjaman yang lebih terinformasi dan menawarkan solusi keuangan yang disesuaikan. Platform OakNorth juga menekankan pentingnya hubungan antara pemberi pinjaman dan peminjam. Platform ini memungkinkan pemberi pinjaman untuk lebih memahami klien mereka dengan memberikan wawasan secara *real-time* tentang kinerja keuangan, risiko, dan potensi pertumbuhan peminjam. Hal ini memfasilitasi pemantauan yang berkelanjutan dan keterlibatan proaktif dengan klien UMKM, sehingga memperkuat hubungan dan memberikan dukungan yang lebih baik selama siklus pinjaman.

Keberhasilan platform pemberian pinjaman OakNorth menarik perhatian banyak pihak. Perusahaan ini telah melaporkan kinerja keuangan yang kuat dan berhasil menarik investasi signifikan dari lembaga global. Platform OakNorth telah diadopsi oleh berbagai bank dan lembaga keuangan di seluruh dunia, memungkinkan mereka untuk meningkatkan kemampuan pemberian pinjaman kepada UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Secara keseluruhan, OakNorth menunjukkan potensi platform pemberian pinjaman

berbasis teknologi dalam mengatasi kebutuhan pembiayaan UMKM. Dengan memanfaatkan analisis canggih, wawasan berbasis data, dan fokus pada hubungan antara pemberi pinjaman dan peminjam, OakNorth telah mampu menjembatani kesenjangan pembiayaan UMKM dan memberikan pengalaman pemberian pinjaman yang lebih efisien dan bersifat *customized*.

Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan oleh OakNorth untuk mendukung UMKM melalui:

- a. Platform Digital: OakNorth menyediakan platform digital yang memudahkan UMKM untuk mengajukan permohonan pembiayaan, mengunggah dokumen, dan melacak status aplikasi mereka secara *online*. Platform ini memungkinkan proses pembiayaan yang lebih cepat, transparan, dan efisien bagi UMKM.
- b. Smart Financing: OakNorth menggunakan model pembiayaan yang cerdas dan berbasis data untuk memberikan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan profil UMKM. Mereka menganalisis data bisnis secara mendalam, termasuk kinerja keuangan, tren pasar, dan risiko, untuk mengambil keputusan pembiayaan yang lebih akurat dan cepat. Pendekatan ini memungkinkan mereka memberikan pembiayaan yang lebih fleksibel, kompetitif, dan personal kepada UMKM.
- c. Analisis Data Mendalam: OakNorth menggabungkan kecerdasan buatan dan analitik lanjutan untuk menganalisis data secara mendalam dan mengidentifikasi peluang serta risiko yang terkait dengan UMKM. Mereka melacak dan menganalisis berbagai faktor, termasuk tren industri, pasar, dan kinerja bisnis, untuk memahami situasi finansial UMKM dengan lebih baik. Hal ini membantu OakNorth dalam mengambil keputusan pembiayaan yang lebih cerdas dan informasi terkini kepada UMKM.
- d. Pendekatan Berbasis Hubungan: OakNorth menerapkan pendekatan berbasis hubungan dengan UMKM. Mereka memahami bahwa setiap bisnis memiliki keunikan dan tantangan yang berbeda, sehingga mereka bekerja sama secara dekat dengan UMKM untuk memahami kebutuhan mereka secara mendalam. OakNorth juga memberikan akses langsung ke tim manajemen mereka, sehingga UMKM dapat berkomunikasi secara langsung dan mendapatkan dukungan yang tepat.

- e. Dukungan Pengembangan Bisnis: Selain pembiayaan, OakNorth juga memberikan dukungan dan konsultasi kepada UMKM dalam pengembangan bisnis mereka. Mereka dapat memberikan wawasan strategis, pemahaman pasar, dan saran untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

b. Allica Bank

Allica Bank adalah *fintech* swasta asal Inggris yang mengusung sebagai penyedia perbankan relasional untuk UMKM mapan dengan teknologi terkini. Pada segmentasi nasabah perbankan Inggris, segmen UMKM mapan yang dimaksud berada di posisi antara dua pasar inti perbankan yaitu segmen rumah tangga dan usaha mikro yang berjumlah jutaan nasabah dengan kebutuhan produk perbankan yang homogen dan segmen korporasi yang berjumlah ribuan nasabah dengan kebutuhan produk perbankan yang kompleks. Untuk melayani segmen tersebut, Allica Bank membangun konsep bank dengan layanan penuh bagi UMKM mapan, baik layanan pinjaman maupun juga giro, tabungan, dan pembayaran. *Fintech* ini membangun teknologi dan model data sendiri untuk melayani segmen tersebut. Sejak menerima lisensi bank Inggris pada akhir tahun 2019, total pinjaman kepada UMKM yang telah disalurkan Allica Bank mencapai 1,4 miliar Poundsterling.

4.2

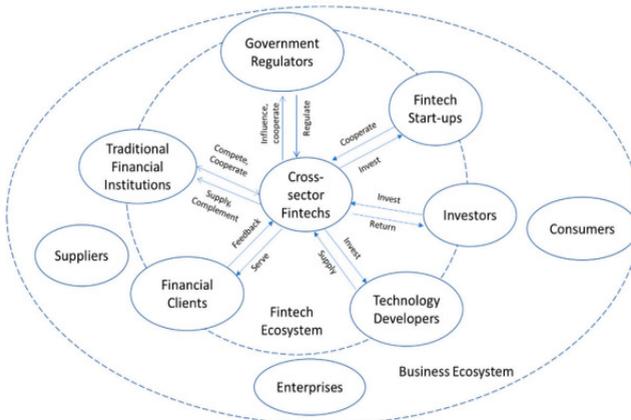
Benchmarking Best Practices: Ant Financial Ecosystem

4.2.1. Ekosistem *Fintech* Lintas Sektor

Zhang-Zhang et.al (2020) mengkaji komposisi ekosistem *fintech* untuk memahami inovasi model bisnis berdasarkan dinamika ekosistem dengan fokus pada peran spesifik masing-masing pihak. Dengan metode studi kasus komparatif pada Alibaba dan Tencent, studi tersebut menemukan tiga isu utama dalam ekosistem *fintech* dan model bisnis *fintech*. Pertama, keunggulan kompetitif di sektor *fintech* tidak lagi hanya didasarkan pada pengetahuan teknis khusus tentang keuangan, tetapi juga pada keahlian teknologi dan model bisnis yang inovatif. Kedua, dengan adanya inovasi teknologi, produk, proses

dan model bisnis yang terintegrasi dalam ekosistem *fintech* lintas sektor akan mendorong partisipasi aktivitas keuangan yang demokratis dan keuangan inklusif bagi banyak pihak. Ketiga, dengan adanya berbagai pihak yang berperan dan ketidakjelasan batasan dalam ekosistem *fintech* lintas sektor akan mendorong aksesibilitas jaringan di antara pihak *fintech* dengan terbukanya peluang untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Dari ruang lingkup dan skala kegiatan bisnis Alibaba sebagai komparatif, konsep ekosistem *fintech* saat ini diperbarui dengan menambahkan pihak *fintech* lintas sektor dan pihak investor ke lima pihak yang sudah ada sebelumnya (*fintech start-up*, *technology developers*, pemerintah, nasabah, dan lembaga keuangan tradisional). Seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini, di luar ekosistem *fintech*, terdapat ekosistem bisnis lain yang lebih luas yang mencakup rantai nilai pemasok, perusahaan, dan konsumen lain selain ekosistem *fintech* yang ada sebelumnya.

Gambar 5. Eco-systematic View pada *fintech* Lintas Sektor



Sumber: Zhang-Zhang et.al (2020)

Tabel 4. Pemetaan Ekosistem Fintech Lintas Sektor pada Alibaba

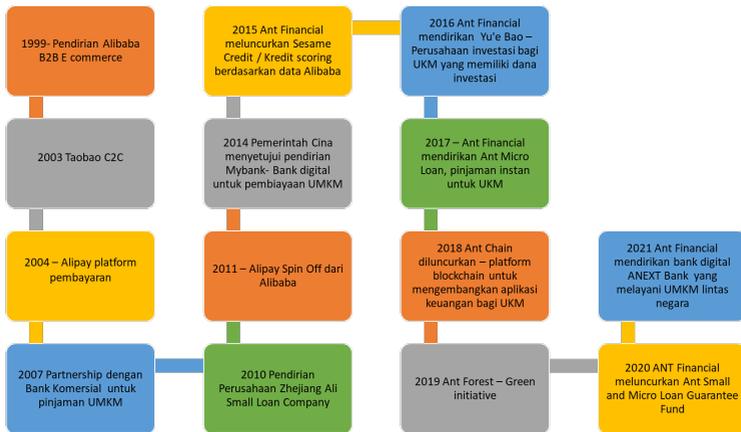
Eco-Systematic Relation	Contoh pada Alibaba
<i>Business Ecosystem</i>	Alibaba didirikan sebagai platform <i>e-commerce</i> (1999), Inisiatif perlindungan lingkungan (2010, tanggung jawab lingkungan), Implementasi bisnis pembiayaan pertanian (2014, interkoneksi dengan ekosistem bisnis yang berkelanjutan)
<i>Financial Investors</i>	Yu'E Bao diluncurkan dengan Tianhong Wealth Management, walaupun hanya dengan RMB1 (2013, <i>micro investor</i>), Berinvestasi di One97 Communications, <i>fintech start-up</i> dari India yang memiliki Paytm (2015)
<i>Fintech Start-ups</i>	Alipay diluncurkan sebagai platform pembayaran <i>online</i> (2004), Layanan <i>mobile payment</i> diluncurkan (2009)
Traditional Financial Institutions	Aliloan diluncurkan bekerja sama dengan ICBC dan CCB untuk membantu UMKM dengan aset terbatas atau riwayat kredit berdasarkan riwayat transaksi dan peringkat kredibilitas pada Alibaba (2007, <i>cooperate</i>), <i>Joint project</i> dengan Bank of China untuk pembayaran cepat dengan kartu kredit (2010, <i>supply</i>)
<i>Financial Clients</i>	Alipay's "Online Inquiry System" untuk layanan nasabah <i>online</i> (2005), Alibaba Microfinance Company didirikan (2010)
<i>Government Regulators</i>	Ant Financial didirikan untuk mengambil alih bisnis <i>fintech</i> Alibaba karena restriksi regulasi (2014), Green Digital Finance Alliance, aliansi internasional dengan UNEP (2017, kerja sama), Ant Financial berubah menjadi Ant Technology karena sensitivitas regulasi terhadap keuangan (2020)
<i>Technology Developers</i>	Sesame Credit didirikan sebagai biro kredit Cina pertama (2015, aplikasi <i>Big Data</i>), Layanan pengiriman uang internasional (2018, teknologi <i>blockchain</i>), Dragonfly sebagai perangkat pembayaran dengan pengenalan wajah (2018, <i>electronic POS technology development</i>)

Sumber: Zhang-Zhang et.al. (2020)

4.2.2. Sejarah Ant Financial

Ant Financial pertama kali dikenal sebagai Alipay pada tahun 2004 di Hangzhou. Dalam situasi dimana hampir tidak ada orang Tiongkok yang memiliki kartu kredit, Alipay menggunakan metode pembayaran tunai saat pengiriman dan kemudian menghubungkan kartu debit ke *e-wallet*. Dan pada tahun 2010, Alipay telah berkembang menjadi lebih dari 300 juta pengguna. Berikut beberapa momen penting dalam sejarah mereka:

Gambar 6. Sejarah Perkembangan Ant Financial

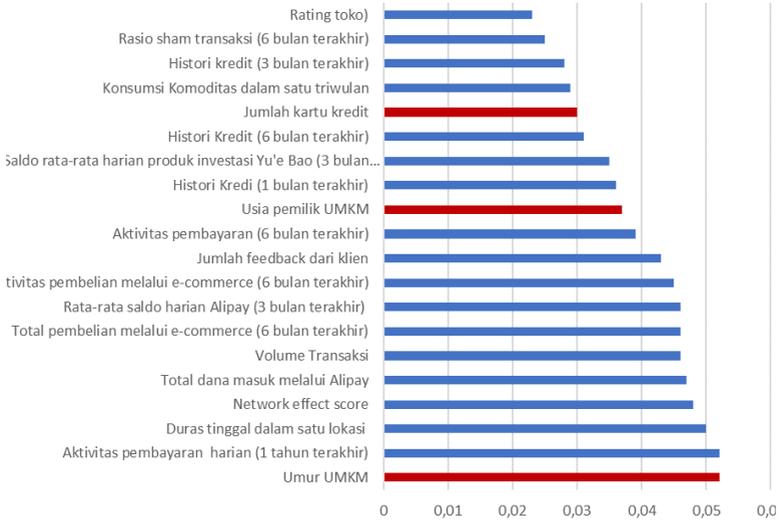


Sumber: Website Antgroup

Contoh *Credit Scoring* Ant Financial

Pada tahun 2020, Ant Financial meluncurkan *Ant Small and Micro Loan Guarantee Fund*. Hasil studi Huang et al., (2020) menunjukkan bahwa data-data berbasis *fintech* jauh lebih kuat untuk dijadikan landasan sebagai *credit scoring digital lending* dibandingkan dengan data yang bersifat tradisional. Berikut merupakan gambaran dari contoh-contoh data alternatif dari UMKM dalam menentukan *credit scoring*.

Gambar 7. Kekuatan prediksi data UMKM untuk *Credit Scoring*



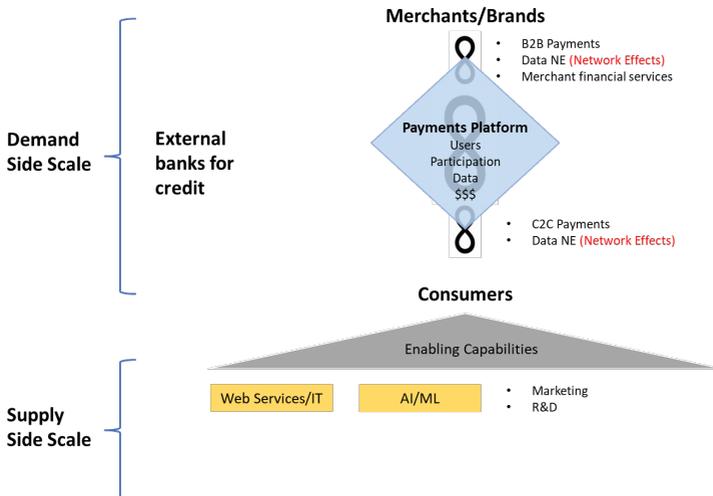
Sumber: Diolah dari (Huang et al., 2020)

4.2.3. Tahapan Perkembangan Ant Financial

Berikut beberapa tahapan perkembangan Ant Financial.

Tahap 1: Ant Financial: *Payment and Credit*

Gambar 8. Tahap Pertama Ant Financial

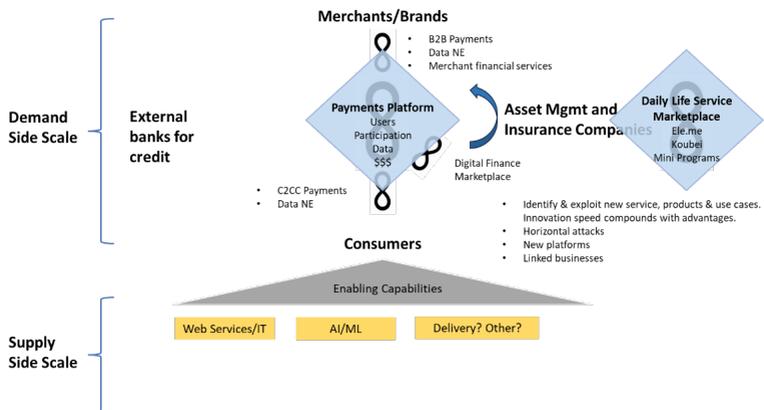


Tahap ini merupakan tahapan penggunaan dari platform pembayaran yang memungkinkan penggunaan layanan kredit. Salah satu dari lima jenis kelompok pengguna bisnis platform tersebut ialah para pengusaha, dan lainnya adalah konsumen. Pembayaran dapat juga dilakukan melalui pembayaran seluler. Oleh karena itu, hal ini berdampak pada penambahan jaringan konsumen. Selain itu, salah satu kekuatan digital pada tahap ini ialah platform pembayaran yang memiliki viralitas. Oleh karenanya, platform pembayaran model dapat berkembang pesat dan menarik banyak pengguna/konsumen. Beberapa poin penting pada tahapan ini ialah:

1. Pembayaran dianggap sebagai "infrastruktur" keuangan
2. Model bisnis ini membentuk dasar dan membangun jaringan mereka, dimana sebagian besar proses ini dapat menarik pengguna dan menghasilkan volume aktivitas tertinggi
3. Menciptakan aset tak berwujud berupa: pengguna, data, partisipasi, dan uang tunai

Tahap 2: Ant Financial: Complementary Platforms

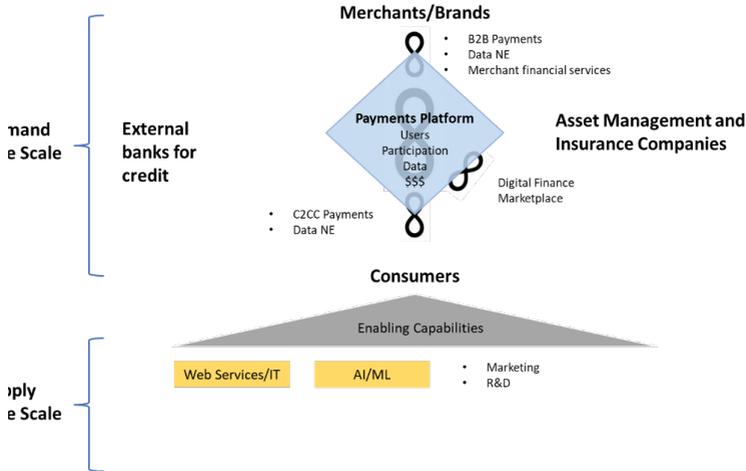
Gambar 9. Tahap Kedua Ant Financial



Tahapan ini merupakan tahapan *marketplace* yang bertujuan untuk mendapatkan layanan sederhana, namun dengan frekuensi tinggi. Gambar di atas menunjukkan berbagai macam layanan sehari-hari dimana sebagian besar layanan ini tidak mahal, tetapi saling terkoneksi dengan kemudahan penggunaan. Alipay berupaya untuk memiliki *superapp* tapi tidak punya *messenger* seperti WeChat sehingga layanan pada *Daily Merchant Services and Payment* yang dimiliki Alipay adalah sesuatu yang diharapkan akan menjadikan Alipay sesuatu yang digunakan orang setiap hari. Kunci dari tahapan ini ialah *“Daily Life services = Engagement”*.

Tahap 3: Ant Financial: *Financial Services Marketplace*

Gambar 10. Tahap Ketiga Ant Financial



Tahapan ketiga bertujuan untuk membangun platform *marketplace* untuk jasa keuangan seperti asuransi, kredit, dan investasi. Tahapan merupakan tahapan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan bank, perusahaan asuransi, dan perusahaan manajemen aset. Kegiatan ini sebenarnya sangat sedikit dilakukan karena masyarakat tidak terlalu sering membeli produk investasi mengingat produk ini adalah layanan rumit yang memerlukan manajemen risiko dan sulit untuk mendapatkan pengguna dan tingkat aktivitas. Namun, jasa keuangan juga merupakan sumber uang terbesar sehingga di sinilah konsumen Tiongkok diharapkan akan semakin meningkat dengan menaruh akumulasi kekayaan mereka. Jadi dapat dikatakan Alibaba membangun ini di atas platform lain dengan aktivitas lebih tinggi dan pengguna lebih banyak, yaitu *“Where Big Money is a future cash machine”*.

4.2.4. China's Social Credit System (Sistem Kredit Sosial Cina/SCS)

China's Social Credit System (Sistem Kredit Sosial Cina/SCS) ialah sistem pemeringkatan kredit yang tidak hanya melihat social dan aktivitas keuangan, namun juga faktor-faktor seperti pelanggaran hukum dan perilaku tidak etis. SCS pertama kali secara resmi diusulkan kepada social pada tahun 2014 dengan dirilisnya *the Outline for the Construction and Planning of the Social Credit System*. SCS merupakan upaya untuk membangun sistem pemeringkatan kredit yang menargetkan empat pilar socialkat yang berbeda: satu untuk warga negara, satu untuk bisnis/korporasi, satu untuk pejabat pemerintah, dan satu untuk peradilan. Cakupan dan jenis informasi yang dikumpulkan dalam SCS juga berbeda antara empat kategori sasaran yang berbeda. Skor kredit social untuk individu, dunia usaha, dan entitas lainnya dapat naik atau turun, sehingga memberikan akses terhadap layanan keuangan dan kredit tertentu berdasarkan skor tersebut. Namun, yang unik dari sistem kredit sosial adalah bagaimana "hukuman" juga dapat diberikan, jika skor mencapai titik yang kurang dari yang diharapkan.

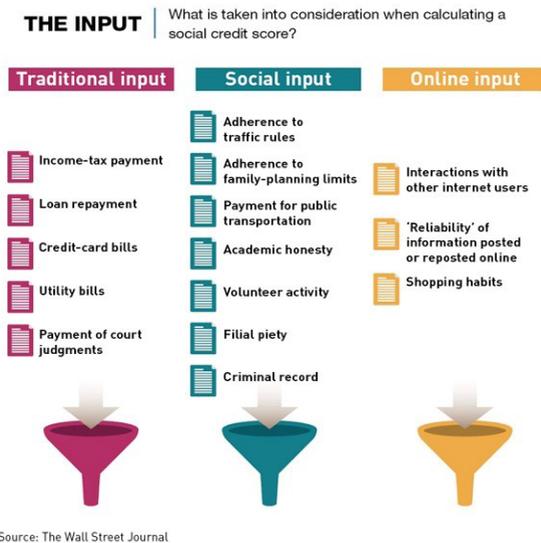
Sistem ini bertujuan untuk memantau, menilai, dan mengatur perilaku keuangan, sosial, moral, dan, mungkin, perilaku politik warga Tiongkok – dan juga perusahaan-perusahaan di negara tersebut – melalui sistem hukuman dan penghargaan. Tujuan yang dinyatakan adalah untuk "memberikan manfaat kepada orang yang dapat dipercaya dan mendisiplinkan orang yang tidak dapat dipercaya". Pemerintah Tiongkok menganggap sistem ini sebagai alat penting untuk mengarahkan perekonomian Tiongkok dan mengatur masyarakat (Chin and Wong, 2019).

Pada segmen korporasi, informasi yang dikumpulkan mencakup segala hal yang dapat membuat suatu perusahaan dianggap "dapat dipercaya" atau "tidak dapat dipercaya". Misalnya, terlibat dalam aktivitas antipersaingan atau monopoli, terlibat dalam praktik perpajakan yang ilegal atau tidak etis, merusak lingkungan, atau terlibat dalam praktik konsumen yang menipu, semuanya dapat dimasukkan dalam catatan kredit perusahaan, dan memiliki konsekuensi negatif. Sebaliknya, kontribusi positif kepada masyarakat, seperti menyiapkan program sosial, menyumbang untuk tujuan amal, atau kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) lainnya, dapat berdampak positif pada nilai kredit perusahaan.

Di bawah sistem kredit sosial ini, berbagai "informasi kredit" akan dikumpulkan dari empat kelompok sasaran tersebut dan disimpan dalam suatu *database*, yang disebut *National Enterprise Credit Information Publicity System* atau

Sistem Publisitas Informasi Kredit Perusahaan Nasional dan dapat digunakan untuk menilai kepercayaan suatu organisasi. "Informasi kredit" ini didefinisikan dalam versi rancangan Undang-Undang sebagai "informasi yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi identitas dan status kredit perorangan, badan hukum, dan organisasi tidak berbadan hukum yang memiliki kapasitas penuh untuk melakukan tindakan sipil". Berikut beberapa contoh input data bagi sistem kredit sosial ini:

Gambar 11. Input Data Sistem Kredit Sosial Cina



Sumber: Chin and Wong, 2019.

Bagi korporasi pada dunia usaha, tanggung jawabnya berfokus pada menjaga lingkungan pasar kompetitif yang sehat, mencegah perilaku anti persaingan dan monopoli, memastikan kepatuhan terhadap standar dan peraturan pasar, dan menjunjung tinggi komitmen terhadap klien, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini tertuang pada Rancangan Undang-Undang "SCS Construction Law: China Social Credit System - Draft Law Clarifies Rules for Companies" yang dirilis pada akhir November 2022 lalu dan akan terus di-update. Pada RUU ini juga menyebutkan 14 "bidang utama" untuk pembangunan sistem kredit sosial korporasi Tiongkok. Penilaian ini pun mencakup pemantauan berbagai jenis penipuan atau perilaku ilegal, seperti pemasaran dan periklanan ilegal atau palsu, penipuan statistik, akuntansi, keuangan, pajak atau harga, serta kepatuhan terhadap standar keselamatan, seperti produksi, konstruksi, dan teknik keamanan.

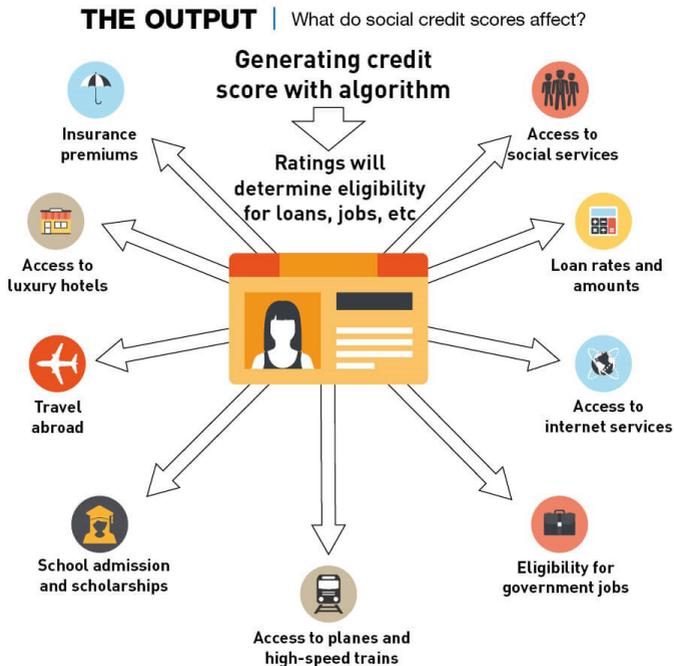
Konsekuensi bagi nilai kredit buruk

RUU tersebut memungkinkan lembaga dan organisasi negara yang memiliki kewenangan untuk menghukum pelaku yang "tidak dapat dipercaya". RUU juga menetapkan langkah-langkah untuk menghukum perilaku yang tidak dapat dipercaya, yang pada umumnya menindak dengan cara:

1. Mempublikasikan pelanggaran yang dilakukan perusahaan, meningkatkan kewajiban pengawasan, dan pembatasan akses terhadap pasar serta kebijakan dan prosedur preferensial.
2. Memungkinkan organisasi dan individu lain untuk membatasi atau melarang perusahaan terlibat dalam aktivitas seperti layanan kredit, pembiayaan dan pemberian kredit, penawaran, kerja sama bisnis, dan sebagainya, sesuai dengan tanggung jawab dan kebutuhannya.

Berikut beberapa konsekuensi atas penilaian pada sistem kredit:

Gambar 12. Input Data Sistem Kredit Sosial Cina



Source: The Wall Street Journal

Sumber: Chin and Wong (2019)

Manfaat nilai kredit yang baik

RUU tersebut juga memberi wewenang kepada badan-badan pemerintah untuk menerapkan insentif berbasis pasar bagi perusahaan-perusahaan dengan status kredit yang baik. RUU tersebut menguraikan dua langkah insentif untuk perilaku baik yang secara umum adalah:

1. Memberikan prosedur yang disederhanakan dan diprioritaskan bagi perusahaan ketika mengakses layanan publik, dana keuangan dan dukungan proyek, serta transaksi sumber daya publik, dan menghormati mereka dengan penghargaan.
2. Mengurangi frekuensi inspeksi atau mengurangi proporsi inspeksi acak. Selain lembaga negara, organisasi dan individu lain dapat juga untuk memberikan kemudahan tambahan dan tindakan preferensial kepada perusahaan dan individu dalam layanan kredit, pembiayaan dan pemberian kredit, penawaran, kerja sama bisnis, dan sebagainya, sesuai dengan tanggung jawab dan kebutuhan mereka.

Membangun Kepercayaan Masyarakat

Pada 29 Maret 2022, *the General Office of the Central Committee of the Communist Party of China (CCCCP)* dan *the General Office of the State Council* mengunggah dokumen berjudul *Opinions on Promoting the Construction of a Social Credit System with High-Quality Development and Promoting the Formation of a New Development Pattern (the opinions)*. Dokumen ini berisi serangkaian pendapat resmi yang memperjelas bagaimana pemerintah berencana menggunakan sistem kredit sosial korporasi di Cina untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menumbuhkan perekonomian. Berdasarkan pemikiran tersebut, akuntabilitas yang lebih baik atas tindakan buruk yang dilakukan oleh perusahaan dan entitas sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor terhadap lembaga perusahaan dan pemerintah. Dokumen baru ini menguraikan 23 kebijakan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam lingkungan bisnis yang mencakup berbagai industri, termasuk barang dan jasa konsumen, kontrak pemerintah, perdagangan luar negeri, dan banyak lagi (Huld, 2022).

4.3 Simpulan terkait *Benchmarking*

Berdasarkan tinjauan atas pendanaan digital dari berbagai negara di dunia, berikut ini layanan yang harus diberikan oleh institusi keuangan untuk mendukung pengembangan UMKM yakni:

Platform Digital (Proses Aplikasi Cepat dan Mudah): Lembaga keuangan harus menyediakan platform digital yang memudahkan UMKM untuk mengajukan permohonan pembiayaan, mengunggah dokumen, dan melacak status aplikasi mereka secara *online*. Platform ini memungkinkan proses pembiayaan yang lebih cepat, transparan, dan efisien bagi UMKM.

Gambar 13. Berbagai Layanan untuk Mendukung Pembiayaan Digital UMKM



1. **Smart Financing:** Lembaga keuangan harus menggunakan model pembiayaan yang cerdas dan berbasis analisis data mendalam untuk memberikan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan profil UMKM. Mereka menganalisis data bisnis secara mendalam, termasuk kinerja keuangan, tren pasar, dan risiko, untuk mengambil keputusan pembiayaan yang lebih akurat dan cepat. Pendekatan ini memungkinkan mereka memberikan pembiayaan yang lebih fleksibel, kompetitif, dan personal kepada UMKM.
2. **Pembiayaan Bertahap:** Lembaga keuangan harus menawarkan pembiayaan bertahap yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Mereka memberikan dana awal kepada UMKM dan kemudian meningkatkan limit pembiayaan seiring pertumbuhan bisnis. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mengelola arus kas mereka dengan lebih baik dan memperoleh pembiayaan tambahan saat diperlukan.
3. **Pembiayaan Rantai Pasok:** Lembaga keuangan harus menawarkan solusi pembiayaan rantai pasok untuk UMKM. Dengan mendigitalisasi proses rantai pasok, termasuk pemesanan, faktur, dan pembayaran, lembaga keuangan dapat memfasilitasi akses yang lebih cepat ke pembiayaan bagi UMKM yang terlibat dalam rantai pasok. Ini memungkinkan UMKM untuk mengatasi kesenjangan modal kerja dan menjaga kelancaran arus kas.
4. **Pendekatan Berbasis Hubungan:** Lembaga keuangan sebaiknya menerapkan pendekatan berbasis hubungan dengan UMKM karena setiap bisnis memiliki keunikan dan tantangan yang berbeda sehingga lembaga keuangan dapat bekerja sama secara dekat dengan UMKM untuk memahami kebutuhan mereka secara mendalam.
5. **Dukungan Pengembangan Bisnis:** Lembaga keuangan harus memberikan dukungan dan konsultasi kepada UMKM dalam pengembangan bisnis mereka. Mereka dapat memberikan wawasan strategis, pemahaman pasar, dan saran untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
6. **Dukungan Ekspansi Internasional:** Lembaga keuangan dapat membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara internasional.

Halaman ini sengaja dikosongkan

4.4

Summary model bisnis *benchmark* dalam bentuk *Business Model Canvas*

<i>Business Model Canvas</i>		
<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	
Bank dan lembaga keuangan	Layanan keuangan digital termasuk: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan dan pemeliharaan platform Alipay 2. Penilaian risiko dan penentuan kredit untuk pinjaman 3. Pengelolaan pemrosesan pembayaran, ekspansi kemitraan dengan bank dan lembaga keuangan. 	
	<p><i>Key Resources</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur teknologi 2. Kemampuan analisis data 3. Kemitraan strategis dengan bank dan lembaga keuangan 4. Pangsa pasar pengguna yang besar 5. Reputasi merek 	
<i>Cost Structure</i>		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur teknologi 2. Personel 3. Pemasaran dan iklan 4. Kepatuhan regulasi 5. Dukungan pelanggan 6. Investasi dalam riset & pengembangan solusi keuangan inovatif 	

	Ant Group	Asia	China
	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Penyediaan layanan keuangan digital, solusi pembayaran <i>online</i> dan <i>mobile</i> (Alipay), pinjaman digital, dan pembiayaan mikro untuk UMKM. Alipay menawarkan kenyamanan, efisiensi, dan aksesibilitas untuk transaksi dan layanan keuangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun hubungan pelanggan yang kuat dengan memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan 2. Layanan personal 3. Dukungan pelanggan melalui saluran digital 	UMKM Individu
		Channels	
		Ali Pay	
		Website	
Revenue Streams			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya transaksi 2. Komisi dari layanan pembayaran 3. Pendapatan bunga dari kegiatan pemberian pinjaman 4. Biaya layanan dari layanan keuangan lain 		

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	
<p>Investor <i>Institusional</i>: <i>Funding Circle</i> bekerja sama dengan investor institusional, seperti bank dan perusahaan manajemen aset untuk mendanai pinjaman.</p> <p>Institusi Keuangan: <i>Funding Circle</i> dapat menjalin kemitraan dengan institusi keuangan tradisional untuk memperluas jangkauan dan akses ke peminjam.</p>	<p>1. Memfasilitasi proses pinjaman, termasuk peninjauan aplikasi pinjaman, penilaian kredit, dan pencairan pinjaman</p> <p>2. Pengelolaan Risiko: mengevaluasi kelayakan kredit peminjam UMKM dan mengelola risiko yang terkait dengan pinjaman tersebut</p> <p>Key Resources</p> <p>1. Platform teknologi.</p> <p>2. Keahlian penilaian kredit melalui penggunaan algoritma berbasis data untuk mengevaluasi kelayakan kredit peminjam.</p>	
Cost Structure		
<p>1. Infrastruktur teknologi</p> <p>2. Personel</p> <p>3. Pemasaran dan iklan</p> <p>4. Kepatuhan regulasi</p> <p>5. Dukungan pelanggan</p> <p>6. Investasi dalam riset & pengembangan solusi keuangan inovatif</p>		

	Funding Circle	Eropa	Inggris
	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	<ol style="list-style-type: none"> Kecepatan dan Efisiensi: proses aplikasi dan persetujuan yang efisien, memungkinkan peminjam mendapatkan dana dengan cepat. Tingkat bunga kompetitif 	<ol style="list-style-type: none"> Layanan Mandiri: Platform <i>online Funding Circle</i> memungkinkan peminjam untuk mengelola proses aplikasi pinjaman secara mandiri. Dukungan Pelanggan: <i>Funding Circle</i> menyediakan dukungan pelanggan melalui berbagai saluran untuk menjawab pertanyaan dan mengatasi masalah peminjam. <p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> Platform yang menghubungkan UMKM dan investor Mitra: bermitra dengan lembaga keuangan untuk menarik minat peminjam dan investor 	UMKM
Revenue Streams			
	<ol style="list-style-type: none"> Bunga pinjaman Biaya administrasi atau biaya transaksi lainnya 		

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	
<ul style="list-style-type: none"> • Penyedia data pihak ketiga seperti perusahaan riset pasar terkemuka atau perusahaan kurir seperti United Parcel Service • Kemitraan dengan Stripe, sebuah perusahaan yang memungkinkan bisnis menerima pembayaran kartu kredit <i>online</i> secara instan • Kemitraan dengan MasterCard untuk memungkinkan platform data dan teknologi kabbage tersedia dalam jaringan bisnis mereka • Investor yang sangat terkenal (<i>Highly-profile investors</i>) • Kemitraan strategis dengan ING untuk memberikan modal instan ke bisnis kecil di seluruh Spanyol • Anggota pendiri dari <i>the innovative lending platform association</i> (ILPA) • Mitra distribusi • Afiliasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan perangkat lunak untuk mengevaluasi risiko dan riwayat kredit 2. Meninjau data bisnis 3. Pengolahan data 4. Integrasi 5. Keamanan <i>cyber</i> 6. Penelitian dan pengembangan 7. Dukungan pelanggan 8. Operasi dan pemeliharaan TI 9. Pemasaran 10. Hukum dan kepatuhan 	
	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Platform pinjaman otomatis 2. Pinjaman bisnis berbasis AI 3. Mesin konteks data 4. Hanya menggunakan algoritma dan pembelajaran mesin (tanpa manusia) untuk menentukan kelayakan pelamar 5. Data besar (<i>Big Data</i>) 6. Data yang berguna diperoleh dari sinkronisasi akun pelanggan untuk penilaian risiko 7. Faktor data (volume bisnis, waktu berbisnis, volume transaksi, aktivitas media sosial, dan skor kredit penjual) 8. Integrasi pihak ketiga 9. Kalkulator pinjaman 10. Pengembang perangkat lunak 11. Budaya inovasi 12. Beberapa putaran pendanaan 	
Cost Structure		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur teknologi 2. Personel 3. Pemasaran dan iklan 4. Kepatuhan regulasi 5. Dukungan pelanggan 6. Investasi dalam riset & pengembangan solusi keuangan inovatif 	

	Kabbage	America	USA
	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk menawarkan pinjaman cepat dan mudah untuk usaha kecil 2. Menyederhanakan proses aplikasi manual menjadi 100% <i>online</i> dan otomatis 3. Menjamin produk mereka dengan meninjau data bisnis (bukan hanya skor kredit) 4. Opsi pendanaan bisnis Kecil hingga \$250000 5. Akses modal yang fleksibel 6. Untuk bank menawarkan teknologi tinggi dan data yang berguna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sinkronisasi akun dan transfer data untuk penilaian risiko 2. Pendanaan fleksibel dalam waktu nyata 3. Bisnis-ke-seluler (<i>Business-to-mobile</i>) 4. Istilah-istilah transparan (<i>Transparent terms</i>) 5. Proses digital sederhana dalam tiga langkah 6. Bercerita (<i>Storytelling</i>) 7. Sumber daya daring (<i>online resources</i>) 8. Dukungan pelanggan langsung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha kecil 2. Klien perusahaan 3. Penyedia jasa 4. Bisnis daring (<i>online businesses</i>) 5. Perusahaan konstruksi 6. Pengecer e-niaga (<i>E-commerce retailers</i>) 7. Bank-bank besar (ING, Santander dan Scotiabank)
		Channels	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Website 2. Aplikasi <i>Mobile/Mobile app</i> (App Store dan Google Play) 3. Telepon 4. Blog 5. <i>FAQs</i> 6. <i>Social Media</i> 7. <i>APIs</i> 	
Revenue Streams			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya transaksi 2. Komisi dari layanan pembayaran 3. Pendapatan bunga dari kegiatan pemberian pinjaman 4. Biaya layanan dari layanan keuangan lain 		

Halaman ini sengaja dikosongkan

Bab 5

IMPLEMENTASI PENYALURAN PEMBIAYAAN DIGITAL DI INDONESIA



5.1

Analisis atas Hasil Survei, *In-Depth Interview* dan *Focus Group Discussion*

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab 3, kajian ini menggabungkan pengumpulan data melalui survei, *In-Depth Interview* (IDI), maupun *Focus Group Discussion* (FGD). Survei dilakukan kepada para UMKM untuk mendapatkan gambaran mengenai deskripsi perilaku UMKM terkait pembiayaan digital. Sementara *In-Depth Interview* dilakukan kepada narasumber yang ada pada *supply side* pembiayaan digital untuk UMKM, yaitu bank, UMKM, maupun aggregator. Adapun FGD dilakukan kepada regulator yang bersinggungan dengan pembiayaan digital untuk UMKM. Bagian ini akan menjelaskan hasil analisis atas informasi yang berhasil dikumpulkan melalui kegiatan survei, *In-Depth Interview* maupun *Focus Group Discussion*.

Tabel 5. Nexus Hasil *In-Depth Interview* dan *Focus Group Discussion*

Praktisi	Akademi	Digital Lenders	Aggregator/ Platform	Regulator
Literasi keuangan secara umum masih rendah	Pendanaan berbasis pada data alternatif untuk menyusun <i>credit scoring</i> yang komprehensif	Proses digitalisasi penuh dalam proses pendanaan memerlukan proses 'eksperimen' dengan data alternatif	Penyedia data alternatif yang masif	OJK <ul style="list-style-type: none"> • Risiko kredit UMKM • <i>Crowdfunding</i> Kementerian BUMN
Perlu platform penyaluran dana melalui edukasi digital	Platform pengumpulan data alternatif beserta insentifnya	Memadukan proses penyaluran dana yang sudah ada dengan proses digital	Nekus dari proses pendanaan digital sebagai penyedia data	<ul style="list-style-type: none"> • Ekosistem PADI Kemenperindag <ul style="list-style-type: none"> • Izin formal untuk UMKM
	Layanan keuangan digital masih beroperasi pada daerah tertentu			

5.1.1. Analisis *Focus Group Discussion* dengan Regulator dan Agregator

1. Regulator

Karena pengembangan UMKM telah menjadi kebijakan nasional, maka mayoritas Kementerian/Lembaga maupun regulator industri jasa keuangan menjadikan pengembangan UMKM sebagai salah satu kebijakan utama. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator industri jasa keuangan telah memiliki beberapa kebijakan yang berkaitan langsung dengan pengembangan UMKM, diantaranya adalah:

- a. SEOJK No. 24 tahun 2021 tentang penetapan bobot risiko (ATMR) untuk risiko kredit UMKM, yaitu sebesar 75% dari nilai kredit UMKM.
- b. POJK No. 16 tahun 2021 tentang pembiayaan UMKM melalui *crowdfunding*.

Peraturan-peraturan tersebut disusun dan ditetapkan agar bank maupun *fintech* semakin mudah dalam menyalurkan kredit kepada UMKM.

Selain itu, OJK juga telah membuat model generik yang dapat dijadikan patokan oleh bank ketika membuat produk pembiayaan untuk UMKM. Model generik tersebut disusun agar masyarakat atau UMKM yang belum tersentuh oleh KUR dapat mengakses dana kredit perbankan. Dalam model generik tersebut, OJK menetapkan pagu kredit sebesar maksimal Rp100 juta dengan tenor maksimal 36 bulan. Selain itu, OJK juga membuat model generik khusus untuk UMKM di sektor pertanian yang besarnya disesuaikan berdasarkan *stakeholder* yang terlibat. Dari sisi fungsi, sejak tahun 2023 OJK memasukkan fungsi pengembangan UMKM sebagai fungsi utama yang harus dijalankan oleh Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan (DLIK) sehingga semakin mempertegas komitmen OJK untuk pengembangan UMKM.

Kementerian/Lembaga masing-masing memiliki peran tersendiri dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Kemenkop UKM sebagai kementerian utama terkait UMKM telah mendorong UMKM untuk *go digital* termasuk dalam mendapatkan pembiayaan digital dari lembaga jasa keuangan. Perhatian Kemenkop UKM adalah selama ini berbagai produk pembiayaan UMKM masih berbunga tinggi sehingga cenderung membebani UMKM.

Kementerian BUMN berusaha mengembangkan UMKM melalui ekosistem BUMN yang bernama PADI UMKM. Platform ini merupakan *platform marketplace* untuk UMKM yang menjadi mitra BUMN sehingga pengadaan

barang dan jasa BUMN kepada UMKM dapat melalui PADI. Saat ini sebanyak 100 ribu UMKM telah bergabung dan 40%-nya merupakan mitra atau binaan BUMN. Selain *marketplace*, PADI juga menyediakan fasilitas pembiayaan digital melalui bank BUMN (Himbara) yang juga terintegrasi dengan PADI. UMKM yang tergabung di PADI dapat mengajukan pembiayaan kepada bank BUMN dengan menggunakan data transaksi yang dimiliki di PADI. Saat ini, pembiayaan yang telah banyak berjalan (meskipun *size*-nya tidak besar) adalah *invoice financing*.

Kementerian Perdagangan berupaya untuk mengembangkan UMKM melalui regulasi terkait perizinan dan regulasi terkait *e-commerce*. Kemendag akan mewajibkan setiap usaha yang ada di *e-commerce* harus memiliki izin usaha sehingga memiliki legalitas yang sah. Dari sisi Kemendag mengklaim bahwa proses perizinan penerbitan NIB saat ini sudah sangat cepat, dalam waktu 10 menit NIB sudah bisa terbit. Selain itu Kemendag juga telah menerbitkan beberapa peraturan yang mendorong *e-commerce* sebagai salah satu ekosistem digital dapat terus berkembang.

Isu berikutnya yang seharusnya menjadi perhatian dari regulator adalah masalah perlindungan data pribadi. Bank dan lembaga jasa keuangan sebagai *supply side* menyatakan bahwa keterbatasan akses data menjadi salah satu tantangan dalam menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM. Jika data dapat terintegrasi maka proses penilaian *creditworthiness* dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Namun, disisi lain, terdapat aturan mengenai perlindungan data pribadi yang mewajibkan berbagai pihak (*e-commerce* maupun ekosistem digital lainnya) menjaga kerahasiaan data *customer*. Hal tersebut perlu diklarifikasi lebih lanjut oleh Kementerian/Lembaga terkait.

3. Agregator

Agregator yang menjadi narasumber dalam IDI dan FGD kajian ini merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia. Salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia tersebut berupaya menghadirkan layanan yang lengkap kepada masyarakat. *Marketplace e-commerce* tersebut juga menyediakan fasilitas pembiayaan kepada para *merchant* melalui produk seperti Modal Toko. *Merchant e-commerce* yang membutuhkan modal usaha untuk pengembangan usahanya dapat mengajukan pinjaman kepada mitra *e-commerce* – yaitu P2P *lending* Dhanapala – yang kemudian akan diproses lebih lanjut oleh mitra tersebut. Skema pembiayaan

yang diberikan relatif sederhana dengan menggunakan bentuk *cash loan*. *Marketplace e-commerce* dapat membantu Dhanapala dengan memberikan beberapa data transaksi *merchant* yang ingin mengajukan pembiayaan. Namun, proses pemberian pembiayaan sepenuhnya dilakukan oleh mitra *e-commerce*, mulai dari *assessment*, *scoring*, *disbursement*, hingga ke penagihan termasuk mitigasi risiko.

Selain sebagai *marketplace* dan penghubung dengan *fintech*, *e-commerce* tersebut melalui entitas yang lain juga menawarkan jasa *credit scoring* yang disusun berdasarkan *database merchant* yang berada di *platform e-commerce*. Bagi bank yang ingin memberikan pembiayaan kepada debitur yang merupakan *merchant e-commerce* dapat meminta pihak *e-commerce* mengeluarkan semacam *rating* berbasis *credit scoring* kepada bank tersebut. Produk tersebut merupakan produk baru yang merespon kebutuhan lembaga keuangan akan data alternatif yang dapat digunakan untuk penilaian kelayakan kredit.

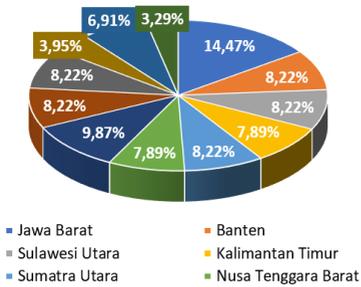
5.1.2. Demand Side (UMKM)

Kajian ini juga mengambil sudut pandang *demand side*, yaitu dari sisi UMKM. Karena populasi UMKM di Indonesia sangat besar, kajian menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu survei (kuantitatif) dan *in-depth interview* (kualitatif). Survei dilakukan kepada UMKM yang tersebar di sebagian besar provinsi di Indonesia. Sementara wawancara dilakukan kepada UMKM yang merupakan debitur bank maupun *fintech*. UMKM terpilih yang diundang untuk dilakukan wawancara mendalam, merupakan UMKM yang sudah memiliki pengalaman dengan pembiayaan digital sebelumnya, yaitu pernah mendapatkan pinjaman digital. Dari wawancara dengan beberapa UMKM ditemukan beberapa isu terkait pembiayaan digital. Hasil survei UMKM dipaparkan pada bagian 5.1.2.1 dan hasil wawancara disampaikan pada bagian 5.1.2.2.

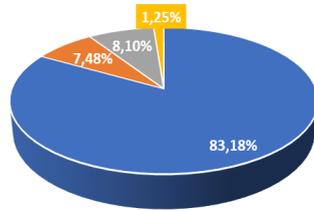
5.1.2.1. Hasil Survei UMKM

Survei kepada UMKM dilakukan secara *online* dengan melibatkan enumerator. Total responden UMKM yang berpartisipasi dalam survei ini adalah sebanyak 304 responden. Profil responden yang berpartisipasi dapat dilihat pada Gambar 14.

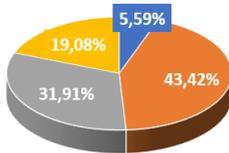
Gambar 14. Profil Responden



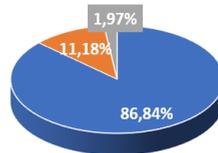
14(a). Lokasi responden



14(b). Status responden dalam UMKM

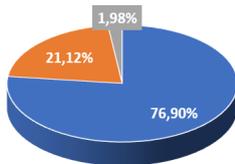


14(c). Usia UMKM

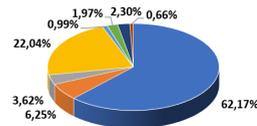


14(d). Skala usaha UMKM

■ < 1 tahun ■ 1 - 5 tahun ■ 5- 10 tahun ■ > 10 tahun ■ Usaha Mikro ■ Usaha Kecil ■ Usaha Menengah



14(e). Jumlah karyawan



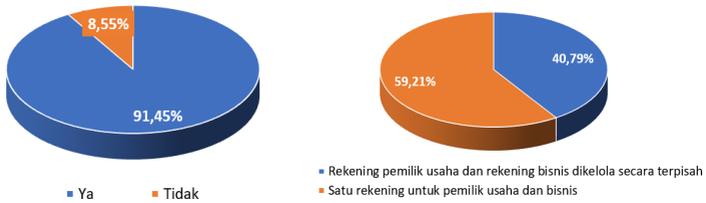
14(f). Bidang usaha UMKM

Gambar 14(a) di atas menunjukkan responden UMKM yang berpartisipasi dalam survei ini tersebar di 12 provinsi yang ada di Indonesia dan mencakup 3 wilayah Indonesia, yaitu Indonesia Barat, Tengah, dan Timur. Sebaran tersebut relatif merata dimana responden UMKM dari Jawa Barat memiliki persentase paling besar dibandingkan dengan responden dari wilayah lainnya, yaitu sebanyak 14,47% dari 304 responden UMKM. Gambar 14(b) menunjukkan bahwa mayoritas responden (83,18%) merupakan pemilik langsung dari kegiatan usaha yang dijalankan, sisanya sebesar 7,48% dan 8,10% merupakan manajer dan karyawan

UMKM. Dengan sebaran tersebut, responden UMKM yang berpartisipasi dalam survei ini dapat dianggap cukup representatif dalam menggambarkan sikap UMKM terhadap pembiayaan digital yang tersedia. Dari sisi lama usaha, Gambar 14(c) menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menjalankan usahanya selama lebih dari satu tahun. Sebanyak 43,42%; 31,91%; dan 19,08% menyatakan bahwa responden telah menjalankan kegiatan usahanya selama 1 – 5 tahun, 5 – 10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Hanya 5,59% dari total responden yang menjalankan usahanya kurang dari 1 tahun. Profil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan usahanya dan telah mengalami pasang surut siklus bisnis kegiatan usahanya. Gambar 14(d) dan 14(e) menunjukkan bahwa mayoritas responden UMKM (86,84%) memiliki skala usaha mikro (memiliki modal kurang dari Rp 1 milyar/penjualan kurang dari Rp 2 milyar per tahun). Sebanyak 11,18% dan 1,974% merupakan pengusaha skala kecil dan menengah. Distribusi responden menurut skala usaha tersebut sesuai dengan sebaran UMKM di Indonesia dimana mayoritas UMKM memiliki skala usaha mikro (lebih dari 90%) dan sisanya memiliki usaha kecil dan menengah. Dari sisi sektor/bidang usaha, gambar 14(f) menunjukkan mayoritas responden (62,17%) memiliki usaha yang bergerak di sektor perdagangan dan 22,04% memiliki usaha di sektor jasa (restoran, pendidikan, dsb). Sementara sisanya tersebar di sektor teknologi, manufaktur, pertanian, dan lain sebagainya.

Selanjutnya, survei yang dilakukan kepada UMKM juga berusaha untuk memetakan profil pengelolaan keuangan dari UMKM, terutama cara responden UMKM mengelola keuangan usahanya dan sumber pendanaan yang ada yang digunakan oleh UMKM. Gambar 15(a) menunjukkan bahwa mayoritas responden (91,45%) terlibat penuh dalam pengambilan keputusan keuangan di usahanya masing-masing. Hal tersebut selaras dengan informasi yang ditunjukkan 14(b) di atas yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pemilik. Karena responden adalah pemilik usaha, mereka juga terlibat langsung dalam berbagai keputusan yang berkaitan dengan keuangan. Gambar 15(b) menunjukkan sebaran data yang cukup menarik. Mayoritas responden (59,21%) menunjukkan masih belum memisahkan rekening pribadi (pemilik) dengan rekening usaha. Sisanya sebesar 40,79% dari total responden menunjukkan telah memisahkan rekening pribadi dengan rekening usaha. Hal tersebut mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari akademisi (akan dijelaskan pada bagian berikutnya) yang menyatakan bahwa salah satu kelemahan UMKM di Indonesia adalah relatif lemah dalam pengelolaan keuangan usaha, salah satunya jika dilihat berdasarkan disiplin responden UMKM dalam memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha.

Gambar 15. Profil Pengelolaan Keuangan UMKM

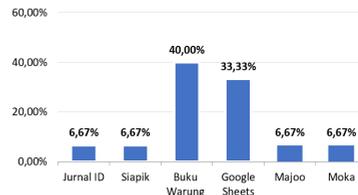


Gambar 15(a). Keterlibatan dalam Keputusan Keuangan



Gambar 15(c). Cara melakukan pencatatan keuangan

Gambar 15(b). Pemisahan rekening pribadi dan usaha

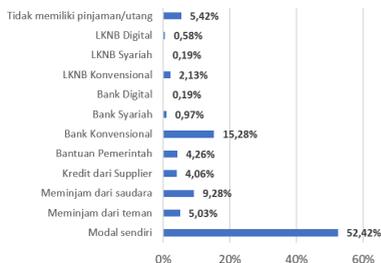


Gambar 15(d). Aplikasi pencatatan keuangan yang digunakan

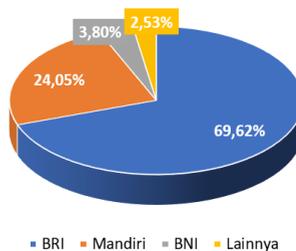
Selain memisahkan rekening pribadi dan usaha, perilaku keuangan UMKM juga dapat dianalisis dengan melihat perilaku UMKM dalam melakukan pencatatan/ pembukuan transaksi usaha mereka. Gambar 15(c) menunjukkan bahwa mayoritas responden (58,22%) tidak melakukan pencatatan transaksi secara formal. Sebanyak 21,38% menyatakan pencatatan transaksi dilakukan oleh nonkaryawan akuntansi/keuangan, melainkan oleh karyawan yang melakukan transaksi. Hanya 14,80% dari total responden yang melakukan pencatatan khusus melalui bagian pembukuan khusus/akuntan. Selain itu, hanya 5,59% yang mencatat transaksi keuangan mereka dengan menggunakan aplikasi. Gambar 15(d) memperinci jenis/merek aplikasi yang mereka gunakan untuk mencatat transaksi. Mayoritas responden yang menggunakan aplikasi memiliki menggunakan aplikasi “Buku Warung” dan “Google Sheets” untuk memudahkan mereka dalam mencatat transaksi. Sementara aplikasi pencatatan yang dimiliki oleh BI (SIAPIK) hanya digunakan oleh 6,25% responden yang menggunakan aplikasi untuk mencatat transaksi.

Salah satu poin penting dalam pengelolaan keuangan UMKM adalah sumber dana yang mereka gunakan untuk membiayai usaha mereka. Survei ini memberikan pertanyaan langsung kepada responden terkait sumber dana yang mereka peroleh untuk mendanai kegiatan usaha mereka. Gambar 16 menunjukkan sebaran sumber pendanaan yang digunakan oleh UMKM.

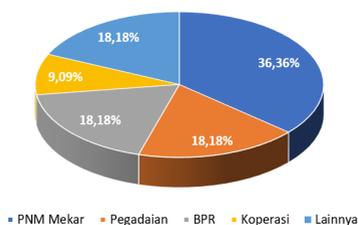
Gambar 16. Sumber Pendanaan UMKM



Gambar 16(a). Sumber pendanaan usaha UMKM



Gambar 16(b). Bank Konvensional yang digunakan

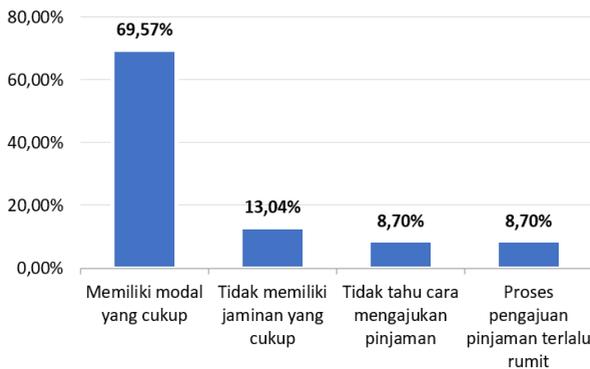


Gambar 16(c). Lembaga keuangan nonbank yang digunakan

Gambar 16(a) menunjukkan bahwa mayoritas responden (52,42%) menyatakan bahwa mereka menggunakan modal mereka sendiri untuk membiayai kegiatan usaha mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas UMKM masih bergantung pada *internal fund* dibandingkan *external fund*. Pada gambar 16(a), sebanyak 16,2% dari total responden menggunakan pinjaman/pembiayaan dari bank (konvensional sebesar 15,28% dan syariah sebesar 0,97%). Gambar 16(b) menunjukkan bahwa Bank BRI masih merupakan bank yang paling banyak digunakan oleh responden ketika mereka membutuhkan dana pinjaman, selebihnya tersebar di antara bank lainnya. Gambar 16(c) juga menunjukkan lembaga keuangan nonbank yang sering diakses oleh responden untuk mendapatkan dana pinjaman yaitu BPR, Pegadaian dan Koperasi. Sementara hanya 3 responden yang telah menggunakan *fintech*, yaitu Investree dan KoinWorks (tidak ditampilkan di grafik). Temuan menarik dari gambar 16(a) di atas adalah, jumlah responden yang menggunakan pinjaman dari teman atau saudara cukup besar, yaitu mencapai 14% dari total responden, hampir setara dengan jumlah responden yang menggunakan pinjaman/pembiayaan dari perbankan. Sementara pinjaman/pembiayaan dari lembaga keuangan nonbank (termasuk *fintech*) relatif kecil, hanya sebesar 2,23% dari total responden. Selain itu, gambar 16(a) di atas menunjukkan bahwa sebanyak 5,42% responden

menyatakan tidak menggunakan/memiliki pinjaman/utang sama sekali. Temuan yang disajikan oleh gambar 16(a) di atas secara umum menunjukkan bahwa *demand* UMKM terhadap dana modal dari lembaga keuangan (bank maupun nonbank) masih relatif terbatas. Responden UMKM lebih memilih untuk menggunakan *internal fund* mereka atau mencari pinjaman dari teman, saudara, atau *supplier*. Perilaku ini perlu didalami lebih lanjut, terutama terkait dengan rendahnya jumlah responden yang belum menggunakan dana pinjaman/pembiayaan.

Gambar 17. Alasan/penyebab tidak meminjam dana dari pihak lain



Gambar 17 menunjukkan pendalaman lebih lanjut yang menunjukkan alasan responden enggan untuk meminjam dana usaha dari pihak lain. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka memiliki modal yang cukup untuk menjalankan usaha mereka, yaitu sebanyak 69,57% dari total responden. Sisanya sebesar 13,04% menyatakan mereka tidak memiliki jaminan yang cukup, sebesar 8,70% beralasan tidak tahu cara mengajukan pinjaman, dan 8,70% menyatakan bahwa proses pengajuan pinjaman terlalu rumit. Fakta tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan beberapa perspektif. Pertama, banyaknya responden yang merasa memiliki modal yang cukup sangat mungkin berkorelasi dengan skala usaha yang mereka jalankan, yaitu mayoritas menjalankan skala usaha mikro. Karena modal yang dibutuhkan oleh usaha mikro relatif rendah, maka *internal fund* pelaku usaha relatif cukup untuk mendanai usaha mikro. Kedua, motivasi pelaku usaha UMKM untuk naik kelas – misalnya dari skala usaha mikro ke kecil kemudian ke menengah – masih relatif rendah sehingga mereka tidak membutuhkan tambahan dana modal untuk mendanai usaha mereka. *Internal fund* memiliki keterbatasan ketika pertumbuhan skala usaha meningkat. Jika mayoritas responden merasa mereka memiliki modal sendiri yang cukup, maka patut diduga bahwa mereka memiliki motivasi pertumbuhan yang

relatif rendah. Ketiga, dari sisi *supply side*, bank maupun lembaga keuangan nonbank perlu melihat penyebab lainnya mengapa mayoritas UMKM enggan meminjam dari bank, yaitu karena proses pengajuan yang dianggap rumit, adanya syarat agunan, dan bahkan tidak memiliki informasi tentang cara mengajukan pinjaman. Hal tersebut perlu ditindaklanjuti secara lebih serius oleh bank maupun lembaga keuangan nonbank sebagai *supply side* dana kredit untuk UMKM. Dan yang keempat, *supply side* perlu membuat terobosan yang tujuannya untuk meningkatkan *growth motivation* dari pelaku usaha UMKM sehingga skala usaha mereka meningkat dan kebutuhan mereka akan dana/modal usaha juga meningkat.

Analisis selanjutnya dari hasil survei kepada UMKM adalah terkait persepsi mereka terhadap pembiayaan digital, kewajiban/komitmen untuk memenuhi kewajiban pembayaran pinjaman, dan intensi mereka untuk mengakses dana pembiayaan dengan skema digital.

Tabel 6. Persepsi UMKM terhadap pembiayaan digital

%	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju	Setuju	Sangat setuju
Saya tahu konsep pembiayaan digital	6,35	16,39	9,03	22,07	39,13	7,02
Saya tahu di mana harus mengajukan pinjaman pembiayaan digital	7,69	18,39	11,04	21,07	37,79	4,01
Saya mengetahui persyaratan penerapan pinjaman pembiayaan digital	7,69	20,07	12,04	24,08	31,44	4,68
Saya tahu metode pembayaran digital seperti pembayaran <i>online banking/mobile banking/kartu kredit/OVO/GOpay/Dana</i> , dll	2,34	6,02	7,02	17,39	53,85	13,38
Saya memiliki pengalaman menggunakan pembayaran digital seperti <i>online banking/mobile banking/kartu kredit/OVO/GOpay/Dana</i> dan alat keuangan digital lainnya	2,01	9,36	6,69	15,38	49,83	16,72

Saya mengetahui istilah-istilah yang digunakan dalam keuangan/pembiayaan digital seperti investasi/transfer uang/penyelesaian transaksi atau istilah lainnya	1,34	7,02	8,03	19,06	52,17	12,37
Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu saya memperluas skala produksi UMKM ini	1,34	14,05	9,70	26,42	42,81	5,69
Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu saya memperluas potensi pasar UMKM ini	1,34	10,70	13,71	23,75	44,48	6,02
Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu pengembangan sektor industri UMKM yang kami geluti	1,00	11,04	13,38	25,42	44,48	4,68

Tabel 6 menunjukkan sikap responden terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan pembiayaan digital. Seluruh pernyataan dalam tabel 6 tersebut menggunakan *balanced scale* dimana skala untuk sikap “tidak setuju” dengan sikap “setuju”imbang. Sikap responden terkait pengetahuan mereka mengenai konsep pembiayaan digital relatif positif, yaitu sebanyak 68,23% dari total responden menyatakan Agak Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju. Beberapa *item* pernyataan lainnya seperti pengetahuan terhadap pembayaran digital, pengalaman menggunakan pembayaran digital, dan peran pembiayaan digital terhadap pengembangan usaha UMKM juga menunjukkan adanya sikap positif responden, ditandai dengan total persentase responden yang menjawab Agak Setuju hingga Sangat Setuju lebih besar dari 50%. Namun, khusus untuk pernyataan “Saya tahu dimana harus mengajukan pinjaman/pembiayaan digital” dan pernyataan “saya mengetahui prasyarat penerapan pinjaman pembiayaan digital”, jumlah responden yang setuju dengan pernyataan tersebut relatif lebih rendah dibandingkan pernyataan lainnya, yaitu masing-masing sebesar 62,88% dan 60,20%. Meskipun masih di atas 50%, namun temuan tersebut menunjukkan masih banyak UMKM yang belum mengetahui *channel* yang dapat mereka gunakan untuk mengajukan pembiayaan digital dan prasyarat yang harus mereka penuhi.

Pengetahuan dan persepsi positif terkait suatu produk pembiayaan idealnya diimbangi dengan keputusan mengakuisisi/intensi untuk menggunakan produk tersebut di masa depan. Namun, hasil survei kepada UMKM yang dilakukan dalam kajian ini menunjukkan hal yang sebaliknya. Tabel 7 berikut ini menunjukkan hal tersebut.

Tabel 7. Intensi UMKM untuk mengakses pinjaman/pembiayaan digital

%	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju	Setuju	Sangat Setuju
Jika diukur dalam bentuk skala, maka tingkat persetujuan Anda untuk meminjam dana secara digital adalah:	8,36	24,08	18,73	24,41	22,07	2,34
Saya akan merekomendasikan pembiayaan digital kepada saudara dan teman saya	5,69	21,07	19,40	27,09	24,08	2,68
Saya mempunyai niat untuk memperbesar pinjaman pembiayaan digital saya	15,05	29,10	16,72	19,06	16,39	3,68

Pada Tabel 7, responden cenderung “tidak setuju” untuk meminjam dana secara digital. Jumlah responden yang memiliki sikap setuju adalah sebesar 48,83%, masih lebih rendah dibandingkan yang tidak setuju, yaitu sebesar 51,17%. Hal yang sama, namun dengan selisih yang semakin lebar ditunjukkan pada pernyataan yang berkaitan dengan niat untuk memperbesar pinjaman pembiayaan digital. Total nasabah yang memiliki sikap setuju hanya sebesar 39,13% dan sisanya sebesar 60,87% menyatakan tidak setuju untuk memperbesar pinjaman digital. Namun, jika mereka diminta untuk merekomendasikan pembiayaan digital kepada saudara atau teman, responden yang memiliki sikap setuju lebih besar dibandingkan dengan yang tidak setuju, yaitu 53,85% berbanding 46,15%. Temuan yang ditunjukkan oleh tabel 7 berkebalikan dengan temuan yang ditunjukkan oleh tabel 6. Secara umum, UMKM memiliki persepsi yang baik terhadap pembiayaan digital maupun produk digital lainnya seperti pembayaran digital dan sejenisnya. Namun, intensi mereka untuk menggunakan produk pinjaman/pembiayaan digital jauh lebih rendah dibandingkan persepsinya. Temuan tersebut menunjukkan adanya *attitude behavioral gap* pada UMKM di Indonesia ketika mereka dihadapkan pada pilihan untuk meminjam dana dari eksternal. Sikap mereka terhadap ketersediaan produk di pasar cukup baik/tinggi, namun intensi untuk menggunakan/mengaksesnya masih relatif rendah. Terdapat beberapa penjelasan yang dapat digunakan untuk menganalisis

temuan empiris tersebut. Pertama, terjadi *information underload* terutama yang berkaitan dengan *channel* yang dapat digunakan oleh UMKM ketika membutuhkan pembiayaan digital maupun informasi terkait prasyarat. Temuan pada tabel 7 kolom kedua dan ketiga mengkonfirmasi analisis tersebut. Kedua, terjadi *market limitation*, yaitu adanya keterbatasan dari *supply side* yang berasal dari bank maupun lembaga keuangan nonbank, baik konvensional maupun digital. *Market limitation* ini bisa bergantung dari lokasi, mengingat tidak semua lokasi di Indonesia memiliki akses terhadap dana kredit yang sama. Analisis tersebut akan dibahas lebih lanjut pada bagian *supply side* melalui pendekatan kualitatif. Ketiga, rendahnya motivasi UMKM untuk tumbuh, seperti yang telah disampaikan pada penjelasan sebelumnya. Skala mikro yang membutuhkan modal relatif rendah memudahkan pelaku usaha untuk mencukupi modal usaha dari *internal fund* UMKM sendiri. Selama mereka tidak memiliki niat dan keinginan untuk naik kelas, maka mereka akan merasa cukup dengan *internal fund* UMKM dan tidak terlalu membutuhkan dana kredit.

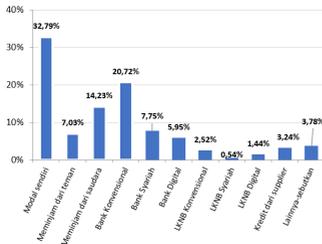
Temuan di atas juga dikonfirmasi lebih lanjut melalui beberapa pertanyaan lainnya dalam survei. Gambar 18 menunjukkan rencana responden untuk mencari pinjaman dalam waktu dekat dan penggunaan dana pinjaman tersebut (jika berhasil mendapatkan). Pada gambar 9(a), 75% dari total responden menyatakan bahwa mereka tidak memiliki rencana untuk mencari pinjaman dalam waktu dekat dan sisanya sebesar 25% menyatakan sebaliknya. Hal tersebut mengkonfirmasi temuan sebelumnya dan menunjukkan bahwa kondisi keuangan para pelaku UMKM – khususnya usaha mikro – cukup baik sehingga tidak membutuhkan *external fund* dalam bentuk pinjaman maupun pembiayaan. Gambar 18(b) menunjukkan bahwa mayoritas responden akan menggunakan dana pinjaman yang mereka peroleh untuk membiayai kebutuhan modal kerja (39,47%) dan investasi (36,51%).

Gambar 18(c) menunjukkan bahwa responden secara konsisten lebih banyak yang memilih mencukupi kebutuhan dana usahanya di masa depan dari modal sendiri, yaitu sebesar 32,79% dari total responden. Sebanyak kurang lebih 34,4% dari total responden memilih akan mencari dana dari bank konvensional, bank syariah, atau bank digital (20,72%; 7,75%; dan 5,95%), sisanya lebih memilih untuk mendapatkan pinjaman dari teman, keluarga, atau mendapatkan kredit dari *supplier*. Gambar 18(c) tersebut dapat digunakan sebagai proksi besarnya *demand* dana pinjaman/ pembiayaan digital dari UMKM. Pinjaman digital hanya memiliki permintaan sebesar 6,23%, jauh lebih rendah dari bank konvensional maupun bank syariah. Gambar 18(d) menunjukkan mayoritas responden memilih sumber pendanaan karena bebas bunga (32,24%), bunga rendah (14,80%), dan proses pencairan dana yang cepat (20,72%), sisanya menggunakan pertimbangan faktor kualitas layanan yang baik, sesuai syariah, biaya administrasi yang murah, dan lainnya.

Gambar 18. Keinginan mencari pinjaman dan penggunaan dana pinjaman



Gambar 18(a). Keinginan mencari pinjaman dalam waktu dekat



Gambar 18(c). Sumber dana yang akan dipilih

Gambar 18(b). Peruntukan dana pinjaman



Gambar 18(d). Alasan memilih sumber pendanaan

Dari sisi komitmen dan pemahaman terhadap kewajiban responden untuk membayar cicilannya kepada bank maupun *credit supplier* lainnya, tabel 8 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman dan komitmen yang baik.

Tabel 8. Komitmen dan pemahaman memenuhi kewajiban

%	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju	Setuju	Sangat Setuju
Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, penilaian kredit (<i>credit scoring</i>) saya akan terpengaruh	4,01	8,03	8,70	13,71	51,51	14,05
Jika saya gagal melunasi pinjaman tepat waktu, saya akan merasa malu	1,34	6,02	5,02	13,71	55,18	18,73

Kalau orang lain tahu tentang pinjaman pembiayaan digital saya, mereka akan berpikir Saya miskin	4,68	24,41	17,06	19,40	30,10	4,35
Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, saya dan anggota keluarga saya akan terkena dampak untuk terus-menerus diganggu oleh petugas bagian penagihan	4,35	6,69	10,03	15,72	48,16	15,05
Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, saya harus menjual atau menggadaikan pinjaman yang saya miliki aset untuk melunasi pinjaman saya	2,34	14,72	17,39	26,42	33,44	5,69

Mayoritas item dalam tabel 8 menunjukkan mayoritas responden (di atas 60% dari total responden) setuju bahwa mereka akan mengalami penurunan *credit scoring* jika tidak membayar, malu jika tidak melunasi pinjaman, terganggu dengan penagihan, dan harus menggadaikan barang agunan jika pinjamannya bermasalah. Namun, untuk pernyataan “kalau orang lain tahu tentang pinjaman pembiayaan digital saya, mereka akan berpikir saya miskin”, jumlah responden yang bersikap setuju atau tidak setuju relatifimbang, yaitu 46,15% bersikap tidak setuju dan 53,85% bersikap setuju.

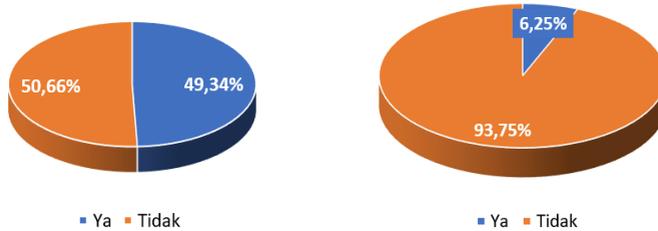
Selanjutnya, survei yang dilakukan kepada UMKM juga berusaha untuk mengeksplorasi sikap atau persepsi UMKM terhadap *fintech*, yang mencakup hubungan relasional mereka dengan *fintech*, tingkat komunikasi mereka dengan *fintech*, tingkat kepercayaan mereka terhadap *fintech*, bantuan teknis yang mereka dapatkan dari *fintech*, dan informasi yang memadai dari *fintech*. Tabel 9 menunjukkan distribusi dari persepsi responden tersebut.

Tabel 9. Persepsi responden terhadap *fintech*

%	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju	Setuju	Sangat Setuju
UMKM kami memiliki hubungan relasional yang cukup baik dengan pemberi pinjaman digital (<i>fintech</i>)	10,70	32,11	18,73	21,74	14,72	2,01
UMKM kami sering berkomunikasi dengan pemberi pinjaman digital (<i>fintech</i>)	11,37	37,79	20,74	15,72	12,04	2,34
UMKM memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemberi pinjaman digital (<i>fintech</i>)	9,70	25,08	22,41	22,74	17,39	2,68
UMKM kami dapat memperoleh bantuan teknis yang cukup terkait pemberi pinjaman digital (<i>fintech</i>)	8,03	29,10	22,07	22,74	16,39	1,67
UMKM kami dapat memperoleh informasi yang cukup terkait pemberi pinjaman digital (<i>fintech</i>)	6,69	24,08	19,06	25,42	22,41	2,34

Tabel 9 menunjukkan mayoritas responden memiliki sikap tidak setuju untuk setiap item yang ada dalam tabel. Jumlah persentase pada komponen Agak Setuju hingga Sangat Setuju lebih rendah dibandingkan Agak Tidak Setuju – Sangat Tidak Setuju. Misalnya pada kolom pertama, hanya 38,46% dari total responden yang setuju bahwa mereka memiliki hubungan relasional yang cukup baik dengan *fintech*. Demikian juga untuk komunikasi, tingkat kepercayaan, bantuan teknis, dan informasi. Pada item-item tersebut mayoritas responden menyatakan tidak setuju atas pernyataan yang disampaikan pada kuesioner. Hal tersebut menunjukkan bahwa *relationship* antara *fintech* dan UMKM masih belum terjalin dengan baik. Hubungan antar kedua belah pihak tersebut masih dalam tahap *introduction* sehingga masih membutuhkan waktu yang cukup panjang bagi kedua belah pihak untuk saling mempercayai. Dengan karakteristik UMKM yang relatif granular dan memiliki *opacity* tinggi, tingkat *asymmetric information* yang dihadapi oleh *supply side* menjadi sangat besar. *Relationship lending* sangat dibutuhkan untuk meminimalisir *asymmetric information*. Dengan usia *fintech* yang masih relatif baru dan minimnya eksposur UMKM terhadap transaksi digital (terutama transaksi usaha mereka), maka wajar jika sikap UMKM terhadap *fintech* masih cenderung negatif (tidak setuju). Gambar 19 berikut ini mengkonfirmasi analisis tersebut.

Gambar 19. Pengetahuan dan pengalaman UMKM terhadap *fintech*



Gambar 19(a). Apakah mengetahui pinjaman dari *fintech*?

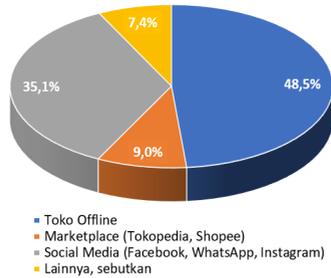
Gambar 19(b). Apakah pernah meminjam dari *fintech* dalam 3 tahun terakhir



Gambar 19(c). Persepsi UMKM terhadap *fintech*

Gambar 19(a) menunjukkan mayoritas responden (50,66%) tidak/belum mengetahui produk pinjaman yang dikeluarkan oleh *fintech*. Sementara pada gambar 19(b), terlihat bahwa 93,75% dari total responden belum pernah sama sekali meminjam dana dari platform digital. Hanya 6,25% responden yang menyatakan pernah meminjam pinjaman digital. Dari responden yang telah memiliki pengalaman meminjam pembiayaan digital, mayoritas menyatakan pernah memanfaatkan fitur *paylater* yang ada pada ekosistem platform Shopee. Gambar 19(c) mencoba menggali persepsi responden terhadap produk pinjaman dari platform digital atau *fintech*. Terdapat temuan yang cukup menarik pada grafik tersebut, yakni persentase responden yang cukup besar dan menyatakan bahwa pembiayaan digital sangat tidak aman karena memiliki kemungkinan dilakukannya *scam* dan lain sebagainya (23,36% dari total responden). Hal tersebut menunjukkan keamanan data pribadi masih menjadi isu yang perlu diperhatikan dengan serius oleh *supplier* pinjaman digital agar tingkat kepercayaan pelaku usaha UMKM terhadap mereka semakin meningkat. Sementara pada pilihan yang berkaitan dengan persepsi positif, sebanyak 28,62% responden menyatakan bahwa proses pencairan dana melalui *fintech* lebih cepat dibandingkan lembaga keuangan konvensional. Hal tersebut merupakan keunggulan kompetitif dari *fintech*/pinjaman digital yang perlu dipertahankan.

Gambar 20. Saluran pemasaran produk UMKM



Eksposur UMKM terhadap transaksi digital masih relatif rendah sehingga menyulitkan *supply side* untuk memvalidasi berbagai informasi yang mereka perlukan ketika melakukan penilaian kelayakan. Gambar 20 menunjukkan bahwa mayoritas masih menggunakan saluran/*channel* pemasaran tradisional, yaitu melalui pendekatan *offline* (48,50%). Walaupun mereka menggunakan saluran *online*, mayoritas responden menggunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram (35,13%) sebagai saluran pemasaran. Kelemahan media sosial adalah tidak memiliki sistem transaksi yang *dedicated* sehingga *record* transaksi UMKM tidak dapat terdokumentasi dengan lengkap. Hanya 8,98% responden yang memanfaatkan *marketplace* sebagai *channel* pemasaran maupun penjualan produk mereka.

Bagian terakhir dari survei berusaha memetakan literasi keuangan dari UMKM, terutama yang masuk dalam kategori usaha mikro. Tabel 10 menunjukkan tingkat literasi keuangan UMKM dilihat dari beberapa aspek. Dalam hal analisis keuangan dan penggunaan rekening tabungan untuk keperluan operasional usaha, mayoritas responden menyatakan sikap setuju (Agak Setuju – Sangat Setuju). Demikian halnya untuk kemampuan membayar cicilan pinjaman setiap *periodic*, mayoritas responden setuju bahwa mereka mampu dan tertib dalam membayar cicilannya. Dari sisi pencatatan transaksi, mayoritas responden menyatakan mereka setuju bahwa mereka melakukan pencatatan atas transaksi usaha yang mereka miliki. Namun, pada pernyataan terkait pelatihan pencatatan keuangan, mayoritas responden menyatakan sikap tidak setuju bahwa staf mereka mengikuti pelatihan pencatatan keuangan. Artinya, kegiatan pencatatan keuangan telah dilakukan secara rutin, namun reliabilitas dari pencatatan tersebut masih relatif rendah mengingat sedikitnya pengelola UMKM yang telah mengikuti pelatihan pencatatan keuangan. Hal tersebut menunjukkan *information opacity* UMKM masih tinggi sehingga memiliki *asymmetric information* yang cukup tinggi. Dalam hal pinjaman yang berasal dari bank maupun pihak eksternal lainnya, tabel 7 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui dengan baik lembaga keuangan yang tepat bagi mereka, mengetahui dan memahami manfaat-biaya pinjaman, dan

mampu menghitung bunga pinjaman dengan akurat. Berdasarkan temuan tersebut, literasi keuangan terkait produk perbankan dan perhitungan bunga dari UMKM cukup baik.

Tabel 10. Literasi Keuangan UMKM

%	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju	Setuju	Sangat Setuju
UMKM Kami memiliki kemampuan menganalisis kinerja keuangan secara periodik	99,34	11,59	14,90	35,43	33,11	3,97
UMKM kami mampu membayar cicilan pinjaman setiap bulannya	4,30	9,93	5,30	24,50	44,04	11,92
Staff UMKM kami pernah memperoleh pelatihan pencatatan keuangan	9,27	30,46	15,56	19,21	24,50	0,99
UMKM kami memiliki asuransi yang relevan dengan kegiatan usaha	11,92	31,46	14,90	20,20	20,20	1,32
Pengelola UMKM kami dapat menghitung bunga pinjaman secara tepat	7,95	22,52	14,24	26,49	26,82	1,99
UMKM kami menggunakan rekening tabungan untuk kegiatan operasional sehari-hari	3,31	11,92	13,25	30,13	37,09	4,30
Pengelola UMKM dapat melakukan pembukuan transaksi secara sederhana	1,32	4,30	7,28	28,15	52,32	6,62
UMKM kami mengetahui lembaga keuangan yang tepat untuk memperoleh dana pinjaman sesuai dengan pendanaan usaha	3,31	9,27	8,28	29,80	42,05	7,28
UMKM kami memahami manfaat dan biaya untuk mendapatkan pinjaman	2,32	8,28	7,28	26,16	48,01	7,95
Kami dapat menghitung bunga pinjaman secara tepat	4,97	18,21	13,58	28,81	32,12	2,32
Pengelola UMKM kami mampu memprakirakan kinerja keuangan UMKM kami	3,31	5,96	10,60	35,10	39,07	5,96
UMKM kami memiliki kemampuan untuk meminimalisir piutang macet	2,32	5,30	10,93	31,46	42,38	7,62
Pengelola UMKM kami memiliki pengetahuan dasar akuntansi	3,97	16,89	17,88	27,15	31,79	2,32

5.1.2.2. Hasil Wawancara UMKM

Bagian ini akan membahas hasil yang didapatkan dari wawancara mendalam mengenai pembiayaan digital untuk UMKM yang dilakukan kepada 2 UMKM narasumber, yaitu UMKM 1 dan UMKM 2. Setelah pembahasan masing-masing UMKM, bagian selanjutnya akan merangkum informasi yang diperoleh dari narasumber UMKM ini.

1. UMKM 1

UMKM 1 merupakan UMKM yang bergerak pada usaha perdagangan *voucher*, pulsa *handphone*, jual-beli *handphone* dan atau tablet hingga *top-up* dana digital, yang sudah berdiri selama kurang lebih 7 tahun. Omset tahunan usaha ini berkisar antara 150 juta rupiah pertahun dengan margin sebesar 2,5% hingga berada pada kategori usaha mikro. Usaha ini memiliki setidaknya 3 kios *offline* dan 6 karyawan yang masih berada pada 1 kota. UMKM ini pernah memiliki ing kios *online*, namun dengan adanya banyak kendala, kios *online* ini tidak beroperasi ingkat.

Perjalanan UMKM ini dimulai dengan modal pribadi senilai 15 juta rupiah dan terus berjalan hingga usaha ini mampu untuk mengajukan pinjaman KUR senilai 50 juta rupiah. Di tahun keempat, UMKM ini mendapatkan pinjaman senilai 200 juta rupiah pada bank BUMN dengan agunan rumah yang dimiliki. Dengan bermodalkan pinjaman ini, UMKM ini mampu membuka kios lainnya hingga seperti saat ini. Modal usaha saat ini yang diperlukan untuk membuka 1 kios baru ialah berkisar antara 60 hingga 70 juta rupiah, dengan ekspektasi keuntungan dari 1 kios berkisar hingga 1-2 juta rupiah perbulan. Hal ini berbeda dengan kios utamanya, ingka kios utama dapat memberikan hingga 25 juta rupiah per bulannya.

Dengan perhitungan ini, narasumber mengatakan bahwa ia tidak tertarik dengan pembiayaan digital yang ditawarkan oleh beberapa *fintech*. Hal ini dikarenakan keuntungan usaha UMKM-nya tidak akan dapat menutupi bunga pinjaman digital yang terlampau tinggi. Narasumber merupakan perorangan pemilik UMKM dengan ingkat literasi digital yang mumpuni. Ia sudah pernah menggunakan pembiayaan digital sebelumnya pada salah satu *fintech*, dengan tujuan pribadi. Ia mengakui bahwa ia terpaksa meminjam dari pembiayaan digital tersebut dikarenakan kebutuhan mendesaknya untuk segera membayar biaya persalinan istri, walaupun ia menyadari bahwa bunga yang ditawarkan sangat tinggi. Ia tetap menggunakan pembiayaan ini karena ia merasa bahwa dengan menggunakan pembiayaan digital, pendanaan yang dibutuhkan akan

segera didapatkan dengan kurun waktu *real-time*. Hanya dalam hitungan menit, ia sudah bisa mendapatkan dana pada saldo rekeningnya. Sebut saja, narasumber menggunakan jasa layanan *fintech* 1.

Dalam pembiayaan digital dengan metode pencairan dana berupa *cash*, seperti yang telah ia gunakan sebelumnya pada jasa *fintech* 1, narasumber sudah membandingkan dengan mengetahui simulasi pembiayaan digital oleh jasa layanan *fintech* melalui aplikasi di telepon selularnya untuk mengetahui jasa layanan *fintech* mana yang memiliki syarat minimum dan bunga terendah. Ia dapat membandingkannya dengan mudah dalam hitungan menit hingga dapat mengetahui jumlah cicilannya. Sebut saja *fintech* 2 diakui memiliki syarat termudah, namun dengan bunga tertinggi. Sedangkan *fintech* 3 memiliki bunga yang lebih tinggi ketimbang lainnya. Setelah membandingkan dengan cermat, maka ia memutuskan untuk mengajukan pinjaman dana pada *fintech* 1 dan langsung disetujui. Proses ini berlangsung dalam hitungan menit sampai dana tersebut cair pada rekeningnya. Saat itu ia meminjam sebesar 10 juta rupiah, tanpa agunan dan mencicil selama 6 bulan dengan bunga total kurang lebih sebesar 300 ribu rupiah. Namun, pada awal pencairan, dana yang masuk setelah dipotong biaya provisi dan lainnya hanya sebesar 8,6 juta rupiah.

Berbeda dengan pengalaman pembiayaan digital lain yang dialaminya menggunakan aplikasi XXX. Pada aplikasi pembiayaan digital XXX ini, pencairan pembiayaan digital UMKM ini merupakan jenis pencairan berupa nontunai. Jenis pembiayaan ini merupakan bentuk kerja sama perusahaan telepon seluler XXX dengan berbagai macam bank. Pada pembiayaan ini, debitur dapat memilih pendanaan dari bank partner yang tertera pada aplikasi XXX dan hanya ditujukan untuk pembelian produk-produk tertentu.

UMKM ini sudah menggunakan pembiayaan digital ini dari bulan Mei 2023 hingga saat dilakukan wawancara. Selain kemudahan transaksi digital, pembiayaan ini juga memiliki bunga yang sangat rendah yaitu hanya sebesar 400 rupiah per pemakaian 1 juta rupiah per hari. Pada pembiayaan digital tipe ini, UMKM narasumber memiliki batas pinjaman hingga 25 juta rupiah pinjaman yaitu sebesar batas maksimum pembiayaan.

Narasumber lebih banyak mengetahui tentang jenis dan informasi lain mengenai pembiayaan digital melalui lingkungan pertemanan serta promosi lembaga keuangan. Namun, ia mengungkapkan bahwa sebatas pengetahuannya, pada lingkungan pertemanannya, tidak ada satupun temannya yang menggunakan pembiayaan digital. Hal ini dikarenakan

tingginya bunga yang ditawarkan. Lebih jauh, narasumber memberikan saran pada pembiayaan UMKM kedepannya agar dapat lebih memudahkan persyaratan pembiayaan bagi UMKM dan tanpa agunan.

2. UMKM 2

Pada kesempatan lain, dilakukan wawancara mendalam pada UMKM 2. Narasumber UMKM 2 merupakan direktur perusahaan platform digital yang bergerak pada sektor B2B pada bidang logistik jasa pengiriman barang dan muatan di seluruh Indonesia. UMKM 2 merupakan UMKM *start-up* yang didirikan pada tahun 2019 dengan skala kecil-menengah. Di tahun awal usaha, penjualan UMKM 2 berada pada angka 15 miliar rupiah, dan terus meningkat hingga puluhan miliar di tahun-tahun berikutnya. Selama masa awal perjalanan usaha, UMKM 2 sudah mencoba mengajukan pembiayaan dengan berbagai macam lembaga keuangan dan akhirnya berhasil mendapatkan pembiayaan dengan bank digital XXX di tahun 2021. Di tahun 2021 UMKM 2 mendapatkan pembiayaan sebesar 5 miliar rupiah dan terus meningkat hingga di tahun 2023 ini sebesar 15 miliar. Bentuk pembiayaan terhadap UMKM 2 ini merupakan model bisnis dengan bentuk *partnership* dengan bank digital XXX dikarenakan bank digital XXX menganggap bahwa UMKM 2 merupakan usaha *start-up* yang memiliki *trend* usaha dan potensi yang sangat baik kedepannya.

Proses pembiayaan terhadap UMKM 2 ialah semi automasi digital maupun semi manual. Selain melalui proses digital, bank digital XXX tetap memerlukan persyaratan dokumen secara manual dan juga melihat dari sisi 5C serta *productive loan*, *willingness to pay*, dan *capacity to pay* dari UMKM 2. Bank digital XXX juga ikut melakukan observasi kepada UMKM 2 dengan melihat rekanan perusahaan dan juga memberi rekomendasi atas rekanan UMKM 2 tersebut. Hal ini dikarenakan bentuk pembiayaan *partnership* dengan jumlah pinjaman yang cukup besar. Namun, proses ini diakui oleh UMKM 2 sangatlah mudah dan cepat, karena kecepatan eksekusi pembiayaan memungkinkan UMKM 2 dapat melakukan kegiatan operasionalnya dengan otomatis. UMKM 2 merupakan perusahaan digital yang membutuhkan pembiayaan untuk menutupi *working-capital financing* dan *purchase-order financing* dengan *underlying asset* berupa *invoice* ke *shipper*/rekanan dari UMKM 2.

Dalam proses pembiayaan, bank digital XXX terus melakukan monitoring berkala pada UMKM 2 dalam hal kualitas kredit (misalnya, apakah digunakan dengan tujuan semestinya, atau apakah limit yang diberikan cukup atau berlebih). Hal ini sudah standar dilakukan oleh partner bank, namun bank

digital XXX memiliki relasi dan komunikasi yang dekat dengan UMKM 2 dikarenakan UMKM 2 dianggap sebagai mitra perbankan yang memiliki dinamika usaha yang tinggi.

Kemudian, UMKM 2 memberikan saran atas pembiayaan digital agar regulator mampu mendorong *fintech* untuk mau memberikan pembiayaan kepada *start-up* dan mengganti *invoice* fisik dengan *invoice* digital.

3. Kesimpulan Hasil Wawancara UMKM

Para narasumber UMKM yang menggunakan pembiayaan digital merupakan pemilik usaha sendiri dan memiliki usaha yang sudah dirintis selama kurang lebih empat hingga tujuh tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa responden dapat dianggap cukup *representative* dalam menggambarkan sikap UMKM terhadap pembiayaan digital dan memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan usahanya. Berikut merupakan beberapa kesimpulan terkait pengalaman UMKM pada pembiayaan digital.

Kecepatan pencairan dan kemudahan proses pengajuan sebagai alasan utama UMKM menggunakan pembiayaan digital.

Pada pembiayaan digital, responden UMKM mengakui dapat mendapatkan pencairan pendanaan dalam kurun waktu yang sangat singkat. Waktu pencairan yang dibutuhkan bagi UMKM 1 ialah *real-time*, sedangkan bagi UMKM 2 pencairan pendanaan memungkinkan proses operasional perusahaan berjalan secara otomatis. Selain itu, responden UMKM mengakui bahwa proses pengajuan pembiayaan ini sangatlah mudah dan sederhana. Bagi UMKM 2, proses pendanaan ini tetap memerlukan persyaratan dokumen secara manual, maupun semi otomasi. Namun, selain dari kelengkapan dokumen, bank digital juga melihat dari 5C serta *productive loan*, *willingness to pay*, dan *capacity to pay* dari debitur.

Pengalaman proses pengajuan pembiayaan terlihat sedikit berbeda antara UMKM 1 dan UMKM 2, walau keduanya merasa bahwa proses pembiayaan ini memiliki persyaratan yang mudah. Hal ini dikarenakan karena batas/limit plafond pembiayaan UMKM 1 sebesar hingga 25 juta rupiah, sedangkan UMKM 2 dengan jumlah pembiayaan hingga 15 miliar. UMKM 1 tidak memerlukan agunan dalam prosesnya, namun UMKM 2 memerlukan agunan berupa *invoice* kepada rekanan UMKM 2.

a. Pembiayaan digital sebagai solusi kebutuhan mendesak

Responden UMKM pada akhirnya menggunakan jenis pembiayaan ini dikarenakan hal mendesak, baik kebutuhan operasional maupun kebutuhan pribadi. UMKM 2 yang merupakan usaha *start-up* memiliki kebutuhan pendanaan yang tidak sedikit untuk biaya operasional termasuk *working capital* mereka. UMKM 2 merasa sulit untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan lain dikarenakan mereka belum memiliki jaminan yang memadai, ataupun laporan keuangan yang mampu meng-cover pengembalian dana. Sehingga, dengan adanya pembiayaan digital dari bank digital XXX, pendanaan ini dimungkinkan. Sedangkan kebutuhan yang dirasakan UMKM 1 yaitu merupakan kebutuhan pribadi atas biaya persalinan istri yang mendesak pada jenis pinjaman awal ia menggunakan pembiayaan digital melalui *fintech* 1.

Namun, pada jenis pembiayaan digital UMKM 1 yang menggunakan aplikasi XXX, strategi pendanaan melalui platform digital merupakan strategi tepat guna. Bagi UMKM 1 yang merupakan pedagang pulsa, maka ia mendapatkan pembiayaan digital murah untuk keperluan pembelian pulsa. Dengan adanya pembiayaan digital jenis ini, maka pendanaan akan digunakan hanya untuk kepentingan usaha.

b. UMKM sudah *well-literated* terhadap opsi pembiayaan digital

Responden UMKM pada penelitian ini terlihat bahwa mereka sudah cukup mengetahui informasi mengenai pilihan-pilihan pembiayaan digital. Dengan kemampuan UMKM mencari informasi sendiri mengenai pilihan pembiayaan, terdapat dua tindakan atau strategi yang dapat dilakukan. UMKM yang tidak terlalu membutuhkan pendanaan secara cepat, tetap memilih pendanaan konvensional untuk bisnis usahanya dikarenakan jenis pendanaan ini merupakan pendanaan dengan opsi bunga rendah. Namun, bagi UMKM *start-up* dan memerlukan pendanaan secara cepat, maka opsi pendanaan digital menjadi penting.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa bagi beberapa UMKM, kemudahan digital dan keamanan dalam melakukan pendanaan secara digital sudah bukan merupakan kendala. Hal ini dapat dikarenakan UMKM sudah mengerti cara menggunakan platform digital yang terlihat dari mampunya UMKM mencari dan membandingkan jenis pembiayaan digital, serta mengerti jaminan keamanan yang diberikan pemerintah melalui OJK.

c. Jumlah plafon pinjaman

Salah satu responden UMKM penelitian ini merupakan UMKM nasabah bank digital yang mendapatkan dana pinjaman hingga 5 miliar rupiah saat usahanya baru berdiri selama kurang lebih dua tahun di tahun 2019. Ia menggunakan pendanaan tersebut sebagai pendanaan *working capital* perusahaan. Dengan bantuan pendanaan ini, UMKM 2 ini mampu bertumbuh selama periode pendanaan hingga di tahun 2023 ini dan meningkatkan pinjaman hingga 15 miliar rupiah. Bentuk kerja sama UMKM ini dengan bank digital merupakan kerja sama *partnership*, sehingga penerapan pembiayaan digital dalam kasus ini belum sepenuhnya digital.

Berbeda dengan pengalaman yang dialami oleh UMKM 1 nasabah bank BUMN. Ia mendapatkan fasilitas pinjaman digital dalam dua kali pendanaan. Pertama ia mendapatkan pinjaman digital melalui *fintech* dengan nominal sebesar 10 juta rupiah di usia usaha yang ia jalani sudah berjalan selama empat tahun. Keperluan pendanaan ini digunakan bukan untuk keperluan operasional perusahaan. Namun, UMKM ini juga telah mendapatkan pembiayaan digital murah nontunai melalui aplikasi XXX dan mendapatkan pendanaan hingga 25 juta rupiah. Dana ini hanya bisa dicairkan untuk keperluan pembelian pulsa karena UMKM 1 ini merupakan usaha perdagangan pulsa.

d. Bunga pinjaman yang tinggi

Bagi UMKM yang tidak terlalu membutuhkan pendanaan secara cepat, bunga pinjaman merupakan satu-satunya parameter dalam memilih pendanaan. Berbagai platform pembiayaan digital menawarkan kemudahan dan kecepatan bertransaksi, namun memberikan bunga yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan pembiayaan konvensional. Maka, pembiayaan digital bukan merupakan opsi bagi UMKM untuk meningkatkan usaha. Hal ini karena omset atau keuntungan penjualan tidak mampu menutup biaya tinggi dari bunga pinjaman.

Pengalaman berbeda dirasakan bagi UMKM *start-up* yang memerlukan pendanaan secara cepat. Dalam hal ini, bunga yang tinggi dapat diterima oleh UMKM *start-up* dikarenakan fase UMKM ini masih merupakan fase bertumbuh.

5.1.3. Supply Side (Bank dan Fintech)

Informasi *supply side* dari pembiayaan digital untuk UMKM diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada beberapa narasumber, yaitu Bank ABC, Bank XYZ, Bank PQR, Bank LMN, Bank IHG, dan Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI). Untuk memudahkan analisis, informasi yang diperoleh melalui IDI dan FGD dirangkum ke dalam beberapa aspek utama berdasarkan kesamaan pendapat berbagai narasumber dalam sesi IDI maupun FGD. Aspek utama tersebut adalah sumber dana (*sourcing capital*), *origination/customer acquisition*, penilaian kredit (*credit assessment/credit scoring*), pembayaran/pencairan (*disbursement*), *monitoring & servicing*, penagihan dan pembayaran (*collection*), limit pembiayaan, dan tenor pembiayaan.

1. Sumber dana (*sourcing capital*)

Karena mayoritas narasumber adalah bank, maka sebagian besar pembiayaan untuk UMKM didanai oleh dana pihak ketiga (DPK). Bank yang menjadi narasumber tidak secara spesifik mengalokasikan sejumlah DPK tertentu untuk pembiayaan digital UMKM. Sedangkan untuk narasumber *fintech*, sumber pendanaan yang mereka gunakan untuk mendanai pembiayaan digital UMKM adalah berasal dari *crowd lender* maupun *channeling*. Khusus untuk sumber dana yang berasal dari *channeling*, *fintech* mendapatkan dana dari bank dan kemudian menyalurkannya kepada UMKM. Praktek tersebut dilakukan oleh Bank ABC dan Bank IHG. Kedua bank tersebut melakukan kerja sama kemitraan dengan beberapa *fintech* yang ada dan di Indonesia dan menyalurkan dana kepada debitur *fintech* dengan skema *channeling* dan *join financing*.

Meskipun sama-sama menggunakan DPK sebagai sumber dana untuk menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM, beberapa narasumber bank memiliki pendekatan yang berbeda dalam menjaring nasabah untuk bersedia membuka akun dan menyimpan dananya di bank. Informasi terkait hal tersebut akan disampaikan pada bagian *customer acquisition*.

2. *Origination/customer acquisition*

Dalam mengakuisisi konsumen/calon debitur UMKM, narasumber memiliki pendekatan yang berbeda-beda meskipun mereka merupakan lembaga keuangan yang sama. Di antara bank yang menjadi narasumber, masing-masing memiliki metode akuisisi yang berbeda dan pendekatan yang berbeda. Secara umum terdapat beberapa metode akuisisi calon debitur yang digunakan oleh narasumber, yaitu:

a. Pendekatan tradisional

Metode ini merupakan pendekatan tradisional yang banyak dilakukan oleh bank ketika mereka menjangkau *customer* yang akan menjadi debitur mereka. Pada pendekatan ini, calon debitur mengajukan pengajuan pembiayaan/kredit kepada bank melalui *officer* bank (melalui kantor cabang atau di luar kantor cabang). Cara ini masih dilakukan oleh Bank ABC, Bank PQR, dan Bank LMN. Khusus Bank LMN, pendekatan tradisional ini masih sangat dominan dalam portofolio kredit UMKM. Sementara untuk Bank ABC dan Bank PQR, pendekatan tradisional masih digunakan untuk menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang merupakan program pemerintah. Dalam menerapkan pendekatan tradisional ini, bank sangat bergantung pada jaringan kantor cabang mereka yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.

b. Menjalinkan kemitraan dengan pihak lain maupun lembaga keuangan lain

Mayoritas bank narasumber juga menyalurkan pembiayaan kepada UMKM melalui lembaga keuangan lain seperti *multifinance*, perusahaan nonjasa keuangan, maupun *fintech*. Kemitraan tersebut biasanya dipilih ketika bank ingin menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM, namun menjaga tingkat risiko dari pembiayaan tersebut rendah. Sebagian proses pembiayaan dilakukan oleh mitra, diantaranya adalah *customer acquisition*, *scoring*, hingga monitoring. Dengan demikian, bank menghadapi risiko yang cenderung rendah ketika melakukan kemitraan dengan pihak lain.

Bank IHG menjalin kemitraan dengan perusahaan *multifinance*, yaitu lembaga jasa keuangan nonbank yang menyalurkan kredit kepada konsumen dalam bentuk *trade financing* atau jual beli kredit atas barang tertentu (kendaraan bermotor, barang elektronik, maupun barang-barang lainnya). Bank IHG akan mencari beberapa perusahaan *multifinance* yang memiliki kinerja yang baik dan kemudian mengakuisisi beberapa nasabah *eksisting* yang sudah dimiliki oleh perusahaan *multifinance*. Pendekatan tersebut dilakukan untuk produk kredit konsumtif maupun kredit produktif. Khusus untuk kredit produktif, Bank IHG dapat memberikan kredit modal kerja kepada usaha kecil maupun menengah yang telah menjadi nasabah di perusahaan *multifinance*. Bank IHG akan menetapkan kriteria tertentu terlebih dahulu yang kemudian terwujud dalam API yang dapat diintegrasikan ke sistem mitra perusahaan *multifinance*.

Joint financing dan *chanelling* melalui *multifinance* juga dilakukan oleh Bank XYZ yang merupakan salah satu anak usaha dari induk yang juga menaungi salah satu *marketplace* besar di Indonesia. Induk perusahaan Bank XYZ juga memiliki anak usaha *multifinance* yang berfungsi untuk memberikan pembiayaan kepada *user marketplace* yang memanfaatkan fasilitas *Paylater* di *marketplace* tersebut. Bank XYZ memanfaatkan ekosistem *marketplace* XXX untuk mengakuisisi calon debitur. Melalui ekosistem tersebut, Bank XYZ dapat mengakuisisi dua jenis calon debitur, yaitu debitur untuk pinjaman konsumtif maupun produktif. Karena Bank XYZ memiliki algoritma khusus yang dilakukan melalui ekosistem, Bank XYZ dapat mengidentifikasi *behavior* dari calon debiturnya dengan cepat dan akurat. Biasanya, proses pengajuan dan pencairan pembiayaan di Bank XYZ berlangsung sangat cepat dalam hitungan jam atau menit, selama calon debitur sudah berada dalam ekosistem Bank XYZ (*Marketplace* XXX, *Dompert Digital* XXX, *Paylater*, atau aplikasi Bank XYZ). Karena memanfaatkan data dalam ekosistem, Bank XYZ dapat memanfaatkan AI untuk mempercepat proses akuisisi nasabah.

Kemitraan lainnya adalah kemitraan yang dilakukan bank kepada *fintech*. Pendekatan ini dilakukan oleh Bank ABC, Bank PQR, dan Bank IHG. Skema kemitraan yang dilakukan pada dasarnya mirip dengan skema kemitraan yang dilakukan antara bank dengan *multifinance*. Melanjutkan contoh Bank IHG di atas, mereka juga menjalin kemitraan dengan beberapa *fintech* untuk mengakuisisi nasabah eksisting yang dimiliki *fintech*. Sementara Bank ABC secara khusus menjalin kemitraan dengan *fintech peer-to-peer (P2P) lending* untuk mengakuisisi nasabah baru dari segmen UMKM. Skema yang dijalankan mirip dengan skema yang dilakukan oleh Bank IHG. Bank ABC menjalin perjanjian kemitraan dengan *fintech (Fintech 1 dan Fintech 2)* dan Bank ABC bersedia menyalurkan dana kredit kepada nasabah yang dimiliki oleh *P2P lending*. Akuisisi nasabah (pencarian calon debitur, proses pembentukan grup pada skema *group lending*, dan berbagai proses akuisisi lainnya) maupun penilaian kelayakan kredit (*credit scoring*) dilakukan oleh *P2P lending* sebagai mitra bank. Namun, bank secara intens berkoordinasi dengan *P2P lending* dalam membangun sistem *scoring* yang akurat dan tepat.

Bentuk kemitraan lainnya yang dilakukan oleh bank adalah dengan menjalin kerja sama dengan korporasi yang memiliki jaringan mitra cukup besar dan luas, seperti yang dilakukan oleh Bank ABC. Mereka mengidentifikasi korporasi tertentu yang memiliki mitra di tingkat

retailer yang menjual produk mereka (korporasi) kepada *end user* atau distributor. Mitra-mitra tersebut yang menjadi target Bank ABC untuk diberikan pembiayaan digital. Dalam contoh yang disampaikan oleh Bank ABC, mereka menjalin kerja sama dengan jasa provider XXX untuk memberikan pembiayaan kepada mitra jasa provider tersebut yang mayoritas adalah *merchant* penjual kartu perdana maupun pulsa kepada konsumen. *Merchant* tersebut merupakan mitra jasa provider XXX dan melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi khusus. Di aplikasi tersebut, Bank ABC masuk untuk menawarkan pembiayaan kepada mitra jasa provider XXX. Namun, pembiayaan tersebut disalurkan dengan menggunakan skema *top-up*, yaitu memberikan saldo tertentu kepada mitra sehingga mereka bisa melakukan transaksi (belanja) kepada jasa provider. Dengan skema tersebut, mitra yang mendapatkan pembiayaan dari Bank ABC hanya dapat menggunakan dana pembiayaan tersebut untuk kepentingan transaksi dengan jasa provider XXX. Skema tersebut juga diterapkan oleh Bank ABC kepada mitra dari perusahaan komersil dan beberapa BUMN lain yang memiliki model bisnis dengan melibatkan mitra. Bank ABC juga secara aktif memberdayakan *officer* di kantor cabang untuk mengidentifikasi debitur korporasi yang memiliki banyak mitra sehingga memungkinkan diproses lebih lanjut oleh divisi khusus yang bertugas untuk menyalurkan kredit mikro dan kecil. *Officer* di kantor cabang memberikan rekomendasi jika mereka menilai korporasi yang menjadi nasabah mereka memiliki banyak mitra bisnis yang masuk dalam kategori UMKM.

c. Melalui Platform Aplikasi Digital

Cara lainnya yang banyak digunakan oleh bank dalam mengakuisisi calon debitur UMKM adalah dengan melalui platform aplikasi digital yang dimiliki oleh masing-masing bank. Di antara narasumber bank, Bank XYZ, Bank ABC, dan Bank IHG merupakan bank yang berusaha mengoptimalkan aplikasi digital mereka untuk mengakuisisi calon debitur.

Bank XYZ selain melalui Aplikasi *Marketplace* XXX, mereka juga memanfaatkan aplikasi digital Bank XYZ untuk mengakuisisi nasabah. Mereka mempermudah proses pembukaan rekening dan proses transaksi dengan biaya murah sehingga mampu menarik perhatian nasabah UMKM, terutama yang berada di wilayah nonperkotaan di Indonesia. Survei internal yang mereka lakukan menunjukkan

bahwa mayoritas akuisisi nasabah Bank XYZ berasal dari pembukaan rekening melalui aplikasi digital mereka, sementara sebesar 15% berasal dari ekosistem *markertplace* XXX. Dalam aplikasi digital Bank XYZ, mereka menawarkan beberapa layanan yang memudahkan UMKM dalam melakukan transaksi, seperti contohnya Micro Payroll (fasilitas pembayaran gaji karyawan UMKM yang frekuensinya pendek seperti harian/mingguan). Aplikasi tersebut bisa terhubung ke ekosistem *markertplace* XXX sehingga memungkinkan Bank XYZ untuk memperluas layanannya kepada nasabah.

Bank ABC juga mengoptimalkan layanan digitalnya untuk akuisisi nasabah pembiayaan UMKM, terutama nasabah layanan digital Bank ABC (mobile banking) yang memiliki QRIS untuk transaksi penjualan maupun menggunakan rekening ABC yang dikoneksikan dengan akun *merchant* di *e-commerce*. Bank ABC mengidentifikasi nasabah mana yang akan diproses lebih lanjut melalui rekam jejak transaksi mereka di layanan digital Bank ABC. Selain itu, Bank ABC juga memberikan penawaran melalui layanan digitalnya. Nasabah-nasabah potensial tersebut diberikan penawaran fasilitas kredit dengan tenor maksimal 12 bulan dengan limit sebesar Rp25 juta.

3. Penilaian kredit (*credit assessment/credit scoring*)

Salah satu isu penting dalam penyaluran pembiayaan (digital maupun tradisional) kepada UMKM adalah penilaian kelayakan kredit yang erat kaitannya dengan masalah *asymmetric information* dan tingkat risiko. Bank maupun lembaga keuangan nonbank membutuhkan sekumpulan informasi yang dapat digunakan untuk melakukan penilaian kelayakan kredit (*creditworthiness*) melalui sistem *scoring*. Dari hasil IDI maupun FGD, terungkap adanya beberapa pendekatan/cara yang digunakan oleh bank maupun *fintech* dalam melakukan *credit scoring*, yaitu:

a. Menggunakan sistem *credit scoring* yang dimiliki oleh mitra

Cara ini digunakan oleh bank yang melakukan kerja sama kemitraan dengan *fintech* maupun *multifinance*. *Fintech* P2P *lending* telah memiliki sistem *scoring* sendiri dan ketika mereka bermitra dengan bank (melalui kerja sama *chanelling* maupun *join financing*), bank tetap menggunakan hasil *scoring* mitra sebagai dasar penilaian *creditworthiness*. Untuk meningkatkan akurasi *scoring*, bank berkomunikasi secara intens dengan mitra untuk mengevaluasi dan

meningkatkan akurasi sistem *credit scoring* mitra. Sebagai contoh Bank ABC menjadikan data kolektibilitas nasabahnya (yang diakuisisi melalui mitra) sebagai dasar untuk mengevaluasi sistem *credit scoring* milik mitra. Sementara Bank IHG terlebih dahulu membuat sistem *risk acceptance criteria* (RAC) yang juga dapat berfungsi sebagai *scoring* sehingga nasabah mitra yang diajukan kepada Bank IHG akan dinilai oleh RAC tersebut.

b. Membangun *credit scoring* melalui data transaksi yang diolah oleh bagian *Data Analytics*

Cara ini digunakan oleh Bank ABC maupun Bank XYZ. Data transaksi yang diperoleh dari aplikasi *mobile banking* – baik yang berdiri sendiri maupun terkoneksi dengan ekosistem digital lainnya – di-*follow up* lebih lanjut oleh *expert data analytics* yang dimiliki oleh bank. Mereka melakukan penilaian kelayakan kredit berdasarkan perilaku nasabah dalam bertransaksi di aplikasi maupun ekosistem digital. Nasabah yang oleh *data analyst* dianggap layak mendapatkan pembiayaan akan diberikan penawaran pembiayaan melalui aplikasi. Pada prakteknya, *data analytics* dapat dilakukan oleh manusia (SDM) maupun mesin. Informasi yang diberikan oleh Bank ABC menunjukkan bahwa mereka melakukan proses *data analytics* melalui SDM dan belum memiliki sistem *machine learning* khusus seperti yang dimiliki oleh Bank XYZ.

c. Membangun sistem *credit scoring* sendiri berbasis data tradisional

Cara ini digunakan oleh Bank LMN ketika menilai kelayakan pembiayaan calon debiturnya. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian *customer acquisition*, Bank LMN masih menggunakan pendekatan tradisional dalam menjaring calon debitur UMKM. Namun, untuk mempercepat waktu *service level agreement* (SLA), Bank LMN membentuk sistem *scoring* yang diberi nama Bank LMNSPOT yang dapat diakses oleh mantri Bank LMN (*officer* lapangan yang bertugas menjaring dan bertemu dengan nasabah UMKM) atau SDM internal Bank LMN. Aplikasi Bank LMNSPOT ini merupakan aplikasi *data processing* yang bergantung pada input data yang diinput oleh mantri Bank LMN secara manual. Jika dokumen lengkap, maka Bank LMNSPOT dapat melakukan analisis penilaian kelayakan dan mempersingkat waktu SLA. Klaim dari Bank LMN dapat mempersingkat waktu menjadi 2-3 hari. Bank LMNSPOT merupakan sistem digital, namun hanya terbatas pada *data processing*. Sementara input data masih harus dilakukan secara manual.

d. Membangun sistem *credit scoring* sendiri dengan mengoptimalkan *machine learning*

Cara ini merupakan pendekatan *credit scoring* yang paling *advanced* dan dilakukan oleh Bank XYZ ketika mereka melakukan proses *credit scoring*. Bank XYZ mengintegrasikan ekosistem digital yang ada pada grup usaha mereka (*Marketplace XXX*, *Dompot Digital XXX*, *Paylater*, aplikasi Bank XYZ) untuk mendapatkan database calon debitur sehingga dapat diproses lebih lanjut menjadi *credit scoring* yang berguna untuk menilai kelayakan kredit calon debitur. Sistem mereka yang digunakan untuk melakukan *data processing* adalah sistem yang berbasis *machine learning* sehingga durasi SLA menjadi hanya beberapa menit – jam dalam satu hari. Bank XYZ secara serius membangun *machine learning* berbasis data digital yang mereka kumpulkan dalam grup usaha mereka untuk membuat proses analisis kelayakan menjadi lebih efisien. Hal tersebut karena didorong oleh *ticket size* dari pembiayaan mereka relatif rendah (di bawah Rp 1 juta) dan memiliki tenor pendek (maksimal 12 bulan). Namun dengan *ticket size* rendah tersebut, jumlah nasabah mereka menjadi sangat banyak sehingga total akumulasi transaksi menjadi relatif besar. Dengan karakteristik tersebut, proses *credit scoring* akan menjadi sangat tidak efisien jika harus dilakukan oleh orang/manusia, baik tidak efisien dalam hal biaya maupun waktu. Oleh karena itulah, Bank XYZ membangun *machine learning* untuk mempercepat waktu dan proses *credit scoring*.

Berdasarkan informasi tersebut, secara umum proses digitalisasi yang diterapkan pada proses penilaian kredit dapat membuat waktu dan proses penilaian menjadi lebih cepat dan efisien. *Range* efisiensi waktu cukup bervariasi, mulai dalam hitungan hari (Bank LMN, Bank ABC, Bank IHG) hingga jam atau menit (Bank XYZ). Pada bank yang masih menggunakan pendekatan tradisional – salah satunya adalah Bank LMN – pembiayaan digital untuk UMKM masih terkendala oleh *cross validation* ketika melakukan penilaian kelayakan kredit. Misalnya beberapa dokumen seperti dokumen identitas diri, identitas usaha (NIB), dan beberapa dokumen penting lainnya, harus mereka validasi secara manual karena belum terintegrasinya sistem administrasi di Indonesia. Hal tersebut menjadi salah satu hambatan dalam pembiayaan digital untuk UMKM.

4. Pembayaran/pencairan (*disbursement*)

Dalam melakukan pencairan (*disbursement*) atas pembiayaan digital kepada UMKM, beberapa narasumber memiliki cara yang berbeda, terutama jika melibatkan mitra atau pihak lain sebagai pihak ketiga. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari narasumber, mekanisme *disbursement* yang digunakan oleh bank maupun *fintech* adalah sebagai berikut:

- a. Dilakukan oleh bank maupun *fintech*, *direct disbursement* kepada debitur. Cara ini digunakan oleh hampir seluruh narasumber. Bank melakukan *disbursement* langsung kepada debitur melalui *bank account* debitur.
- b. Dilakukan oleh bank, *direct disbursement* melalui aplikasi, *top-up* aplikasi mitra, *partner platform*
- c. Cara ini dilakukan oleh bank melalui aplikasi milik bank maupun aplikasi *mobile banking* Bank XYZ. Selain itu, bank juga dapat melakukan *disbursement* kepada nasabah melalui aplikasi mitra, seperti yang dilakukan oleh Bank ABC. Untuk mitra jasa provider yang mendapatkan pembiayaan, Bank ABC melakukan *top-up* saldo mitra di aplikasi atau platform jasa provider. Saldo mitra tersebut berupa limit kredit yang bisa dicairkan kapanpun. Oleh karena itu selama saldo belum digunakan, bunga pinjaman belum dihitung. Dengan cara tersebut, nasabah hanya dapat menggunakan pembiayaan tersebut untuk kepentingan transaksi dengan jasa provider XXX. Begitu juga yang dilakukan Bank ABC kepada mitra/agen gas, maupun toko bangunan. Selain itu, *disbursement* melalui *partner platform* dilakukan oleh Bank XYZ melalui ekosistem digital yang masih menjadi bagian dari grup usaha induk seperti *Marketplace* XXX, *Paylater* XXX, dsb.

5. Monitoring and Servicing

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari narasumber, seluruh narasumber melakukan monitoring dan *servicing* secara mandiri. Baik bank maupun *fintech* secara langsung melakukan monitoring terhadap seluruh UMKM yang mendapatkan pembiayaan digital. Namun, implementasi monitoring masing-masing narasumber berbeda dalam hal cara atau metode monitoring yang digunakan. Sebagian bank menggunakan monitoring secara tradisional. Sementara sebagian lainnya melakukan monitoring dengan menggunakan data alternatif yang berfungsi sebagai *early warning* kualitas kredit dari debitur mereka.

Bank LMN merupakan bank yang masih menggunakan cara tradisional dalam melakukan monitoring. Mantri Bank LMN yang merupakan *officer* lapangan juga menjalankan fungsi monitoring pembiayaan UMKM yang diberikan kepada nasabah Bank LMN. Mereka secara periodik melakukan monitoring kegiatan usaha yang dilakukan oleh nasabahnya. Bank LMN juga mengirimkan pesan pengingat jatuh tempo pembayaran kewajiban kepada nasabahnya secara periodik.

Narasumber bank lainnya yang menjalin kemitraan dengan *fintech* maupun perusahaan biasanya melibatkan *fintech* maupun mitra mereka ketika melakukan monitoring. Bank tetap menjadi pihak yang paling aktif dalam melakukan monitoring, namun mereka dapat meminta dukungan data dari mitra mereka. Sebagai contoh adalah praktek yang dilakukan oleh Bank ABC. Ketika nasabah mereka yang menjadi mitra jasa provider XXX (atau mitra korporasi lainnya) menunjukkan sinyal penurunan kualitas kredit, Bank ABC secara aktif akan meminta data historis transaksi nasabah mereka ke jasa provider XXX (atau mitra korporasi lainnya). Jasa provider XXX sebagai mitra akan memberikan data transaksi historis nasabah kepada Bank ABC. Data tersebut dapat digunakan oleh Bank ABC untuk melakukan monitoring lanjutan kepada nasabahnya. Praktik tersebut dilakukan *by request* dimana jasa provider XXX sebagai mitra baru akan memberikan data (terbatas pada data transaksi beberapa periode terakhir) jika diminta oleh Bank ABC. Data tersebut diberikan secara manual oleh mitra kepada Bank ABC. Praktik tersebut juga dilakukan oleh narasumber bank lainnya yang menjalin kemitraan dengan lembaga atau perusahaan lain.

6. Penagihan Pembayaran (*collection*)

Dalam hal penagihan pembayaran, mayoritas narasumber melakukan penagihan pembayaran kepada debiturnya secara mandiri, yaitu mereka secara langsung melakukan penagihan pembayarannya kepada debiturnya. Namun Bank XYZ dan *fintech* yang bermitra dengan *marketplace* ABC memiliki pola yang sedikit berbeda. Pada Bank XYZ, *ticket size* pembiayaan mereka relatif rendah, yaitu di bawah Rp1 juta dengan tenor antara 3, 6, 9, dan 12 bulan. Dengan karakteristik tersebut, Bank XYZ tidak melakukan penagihan pembayaran secara langsung. Nasabah yang tidak membayar atau melunasi cicilannya tepat waktu melalui sistem akan langsung terblokir di aplikasi *marketplace* XXX. Mereka tidak dapat melakukan transaksi kembali di *marketplace* tersebut dan tidak dapat menggunakan fasilitas Paylater sebelum mereka melunasi kewajibannya. Bank XYZ

menyatakan bahwa pemblokiran akun *marketplace* XXX maupun *Paylater* biasanya sangat dihindari oleh nasabah karena pemblokiran akun akan menyulitkan nasabah dalam memenuhi kebutuhannya (konsumtif maupun produktif) di *marketplace* XXX. Kondisi tersebut bisa menyulitkan mereka ketika mereka ingin memenuhi kebutuhan pokoknya atau membeli bahan baku yang mereka butuhkan untuk usaha mereka. Selain itu, dengan *size* pembiayaan yang rendah, biaya penagihan per nasabah Bank XYZ akan cenderung tinggi sehingga mekanisme pemblokiran akun digunakan oleh Bank XYZ sebagai pengganti penagihan.

7. Limit

Limit pembiayaan yang diberikan oleh narasumber kepada UMKM cukup variatif dan masing-masing bank maupun *fintech* memiliki kebijakan internal. Dari hasil IDI dan FGD terungkap bahwa salah satu faktor yang menjadi pertimbangan mereka dalam menetapkan limit kredit adalah risiko pembiayaan UMKM yang mereka hadapi. Bank LMN sebagai bank yang memiliki reputasi pada kredit UMKM memberikan limit kredit mikro sebesar Rp250 juta. Sementara Bank XYZ dan Bank ABC memberikan limit sebesar Rp25 juta, khususnya untuk UMKM yang mendapatkan pembiayaan dengan skema digital. Bank ABC menyatakan bahwa limit tersebut ditetapkan dengan mempertimbangkan tingkat risiko pembiayaan dan perilaku debitur UMKM yang masih perlu mereka pelajari lebih lanjut. Sementara Bank XYZ dan Bank ABC rata-rata memberikan limit kredit berjenjang dengan batas maksimal sebesar Rp25 juta. Debitur tidak langsung ditawarkan kredit limit maksimal, mereka akan menawarkan limit kredit rendah dan kemudian akan ditingkatkan jika debitur lancar dalam membayar kewajibannya dan memiliki pola transaksi yang meningkat. Mayoritas kredit yang berada dalam ekosistem digital Bank XYZ adalah kredit dengan *ticket size* rendah, di bawah Rp1 juta. Debitur tertentu yang memiliki transaksi besar dan memiliki kebutuhan modal kerja dapat mengajukan *cash loan* sebesar maksimal Rp25 juta kepada Bank XYZ.

Variasi *range* limit pembiayaan juga terjadi pada *fintech*. Menurut AFPI, *ticket size* pembiayaan yang diminta oleh nasabah *fintech* berkisar antara Rp4 juta – Rp15 milyar. Angka tersebut merupakan *gap financing* UMKM yang dapat dipenuhi oleh berbagai lembaga jasa keuangan, termasuk *fintech*. Khusus untuk *fintech*, UMKM yang *digitally inclined* dan memiliki skala usaha mikro, kecil dan menengah memiliki *range* kebutuhan pembiayaan sebesar Rp75 – 150 juta. Namun, angka tersebut masih merupakan angka umum yang mencakup pembiayaan tradisional maupun digital.

5.1.4. Akademisi

Akademisi yang menjadi narasumber adalah Ibu Dewi Meisari dari Universitas Indonesia yang juga pendiri ukmindonesia.id dan tumbu.co.id dan Bapak Andry Alamsyah dari Universitas Telkom. Beberapa hal yang ditemukan dari kedua wawancara terkait pembiayaan digital bagi UMKM:

1. Inovasi pembiayaan berbasis edukasi dan teknologi

Salah satu bentuk inovasi pembiayaan bagi UMKM yang diusulkan berupa platform pembelajaran khusus kewirausahaan melalui video yang kemudian jika pelaku UMKM sebagai *user* sudah mempelajari sejumlah kursus dan mencapai poin tertentu dari pembelajaran tersebut dapat mengajukan pembiayaan untuk usahanya. Selain itu, inovasi dalam hal teknologi perlu dilakukan oleh lembaga keuangan, misal *fintech* dan bank digital, untuk menganalisis perilaku UMKM melalui data demografi, perilaku, preferensi, dan *network*. Menurut narasumber, inovasi bidang teknologi keuangan di Indonesia sudah baik, tetapi belum matang dan ketersediaan data UMKM yang masih terbatas. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan inovasi dalam teknologi sehingga UMKM mau memberikan data yang nantinya akan digunakan untuk menganalisis perilaku UMKM.

2. UMKM perlu didorong untuk tumbuh

Tantangan utama UMKM di Indonesia menurut narasumber adalah *mindset* pelaku UMKM yang tidak ingin berkembang dan rendahnya *skill* pelaku UMKM dalam mengelola usahanya. Hal ini memicu kurangnya kemampuan pelaku UMKM untuk mengakses peluang pembiayaan yang sudah tersedia.

3. UMKM telah memiliki akses digital

Sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia sudah memiliki akses digital melalui penggunaan *smartphone* berbasis Android. Namun, edukasi lebih lanjut pemanfaatan teknologi digital masih perlu ditingkatkan seperti optimalisasi penggunaan *smartphone* untuk usaha, penggunaan aplikasi bisnis, bukan hanya sekadar penggunaan untuk hiburan.

4. Pembiayaan yang mendorong inklusi keuangan

Produk pembiayaan yang ditawarkan bagi pelaku UMKM digabungkan dengan produk tabungan dan disertai edukasi. Hal ini dapat membantu akumulasi aset bagi pelaku UMKM sehingga bisnisnya bertumbuh.

5. Penciptaan lingkungan digital yang mendukung bagi UMKM

Dalam masa tranformasi digital saat ini untuk mendukung UMKM *go digital*, masih diperlukan edukasi dan sosialisasi digitalisasi keuangan terhadap pelaku UMKM. Misalnya, penggunaan skema pembayaran digital melalui QRIS yang akan membantu pencatatan transaksi keuangan UMKM secara otomatis. Pencatatan ini akan menjadi salah satu modal bagi UMKM untuk mengakses pembiayaan.

6. Plafon pembiayaan bagi UMKM Mikro

Umumnya UMKM mikro sulit mendapat akses pembiayaan formal karena terkendala dengan persyaratan agunan. Dengan jumlah omset sebagian besar UMKM mikro memiliki omset 80 juta rupiah per tahun, maka estimasi profit yang diperoleh UMKM tersebut berkisar antara 2 juta sampai 3 juta rupiah. Oleh karena itu, estimasi plafon pembiayaan bagi UMKM mikro diperkirakan pada interval tersebut kecuali untuk tenor pinjaman yang lebih panjang.

7. Peningkatan kerjasama akses data pihak publik dan swasta

Inovasi pengumpulan data pelaku UMKM oleh pihak swasta harus dilakukan dengan disertai izin dari pemerintah. Keterlibatan pemerintah tersebut diharapkan mendorong kerja sama akses data dari pihak swasta, termasuk data UMKM pada platform *e-commerce*. Selain itu, pemerintah perlu mendorong adanya stimulus bagi pelaku UMKM agar mereka untuk memberikan datanya.

8. Kecepatan perolehan pembiayaan

Fitur utama pembiayaan yang diharapkan pelaku UMKM adalah kecepatan pencairan dana sehingga dana tersebut bisa segera diimplementasikan untuk usaha mereka. Skema pembiayaan digital diharapkan bisa menghasilkkan efisiensi penyaluran dan menjadi keunggulan fitur tersebut.

9. Akses pembiayaan masih tersegmentasi

Saat ini, akses pembiayaan yang bisa dicapai oleh perusahaan teknologi finansial *P2P* masih tersegmentasi di wilayah tertentu disebabkan keterbatasan untuk melakukan ekspansi. Maka, diperlukan inovasi dalam melakukan survei dengan biaya yang lebih efisien dan menjangkau wilayah lebih luas. Di sisi lain, pemerintah didorong untuk melakukan *rewarding* untuk perusahaan yang melakukan inovasi tersebut.

10. Model bisnis bank digital belum komprehensif

Bank digital yang sekarang dinilai belum komprehensif terutama dalam menganalisis perilaku nasabahnya. Langkah yang perlu digali dari potensi bank digital adalah bagaimana mereka mampu menangkap dan menganalisis data demografi, perilaku, preferensi, dan *network* nasabah sehingga data yang dimiliki lebih lengkap dari bank konvensional.

11. Platform digital bagi UMKM masih sedikit

Bagi pelaku UMKM, jumlah pilihan platform digital masih sedikit, padahal seharusnya sebagai *merchant* mempunyai pilihan untuk terdaftar di ekosistem lainnya. Dengan bergabung pada banyak platform, UMKM tidak menjadi eksklusif dan mendapat eksposur di berbagai ekosistem.

12. Peran Fintech dalam pembiayaan bagi UMKM

Meskipun kapasitas sumber dana perbankan secara umum lebih kuat, *fintech* diyakini memiliki kapasitas sumber dana yang mumpuni dalam menyalurkan pembiayaan bagi UMKM karena *fintech* memiliki beberapa kelebihan diantaranya: (a) Tingkat inovasi teknologi yang tinggi (b) Fleksibilitas dalam layanan yang ditawarkan (c) Biaya operasional yang cenderung lebih rendah (d) Akses digital (e) Keputusan berbasis data (*data driven decision making*) (f) Potensi kemitraan yang luas, misal dengan pihak *e-commerce* (g) Jangkauan yang lebih luas. Untuk memperluas jangkauan UMKM, *fintech* perlu didorong untuk melakukan inovasi teknologi dan turut berperan dalam memberikan edukasi bersamaan dengan penyaluran pembiayaan.

13. Inovasi *credit scoring system*

Proses penyusunan *credit scoring* yang inovatif saat ini menggunakan *artificial intelligence*, *machine learning*, *data analytics* untuk menggambarkan dan memetakan kelayakan calon nasabah. Empat aspek *big data* yang menjadi basis data adalah aspek demografi, aspek perilaku, preferensi, dan *network*. Salah satunya dengan pemanfaatan kapitalisasi data media sosial. Jika selama ini penyusunan *credit scoring* utamanya berbasis demografi dan membutuhkan jaminan untuk pengajuan pembiayaan, maka tiga jenis data lainnya dapat menjadi alternatif data pengganti jaminan. Metode *credit scoring* merupakan proses berulang yang dapat dibantu dengan *deep learning* untuk pemutakhiran sistemnya. Bank Indonesia diharapkan dapat menciptakan atmosfer untuk menstimulus hal tersebut. Salah satu implementasi pengumpulan data yang inovatif adalah aplikasi Peduli Lindungi.

5.2.1. Nominal

Kebutuhan pembiayaan digital dari UMKM sangatlah bergantung ke dalam beberapa hal diantaranya adalah:

1. Sektor Industri

Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) membagi nasabah UMKM ke dalam dua kelompok, yakni penyedia barang atau jasa. Menurut AFPI masing-masing kategori nasabah memiliki kebutuhan operasional dan pembiayaan yang spesifik. Perbedaan jenis kebutuhan dari masing-masing UMKM dapat dilihat pada contoh berikut ini:

1. Produsen barang
 1. Bisnis ritel: Bisnis ritel sering kali membutuhkan pinjaman modal kerja untuk menutupi biaya inventaris dan pengeluaran lainnya. Mereka mungkin juga membutuhkan pembiayaan untuk memperluas toko mereka atau membeli peralatan baru.
 2. Bisnis teknologi: Bisnis teknologi sering kali membutuhkan modal ventura untuk mengembangkan produk atau layanan mereka. Mereka mungkin juga membutuhkan pembiayaan untuk menutupi biaya pemasaran dan penjualan.
2. Penyedia layanan/jasa
 1. Bisnis makanan dan minuman: Bisnis makanan dan minuman sering kali membutuhkan pinjaman modal kerja untuk menutupi biaya makanan dan pasokan. Mereka mungkin juga membutuhkan pembiayaan untuk merenovasi restoran mereka atau membeli peralatan baru.
 2. Bisnis manufaktur: Bisnis manufaktur sering kali membutuhkan pinjaman jangka panjang untuk membiayai pembelian peralatan baru atau untuk memperluas kapasitas produksi mereka. Mereka mungkin juga membutuhkan pembiayaan untuk menutupi biaya penelitian dan pengembangan.

AFPI melalui 44 anggotanya secara historis melihat bahwa jenis pendanaan yang paling banyak diberikan pada UMKM selama ini berdasarkan prioritasnya adalah:

Tabel 11. Sektor Usaha Kluster Pendanaan Produktif AFPI

No	Sektor Usaha	Jumlah Penyedia Pinjaman
1	Invoice financing	21
2	Working Capital	14
3	Agriculture financing	10
4	Edu loan/student loan	9
5	Inventory financing	7
6	Supply chain financing	5
7	Property financing	3
8	PO Financing	3
9	Fishery financing	2
10	Group Lending	2
11	SME Lending	1

Sumber: AFPI (2023), disampaikan ketika *In-Depth Interview*.

2. Skala Bisnis UMKM

Kategorisasi UMKM berdasarkan ukuran atau skala bisnis pada dasarnya dapat menggunakan pengelompokan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada 16 Februari 2021 lalu. PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri. Untuk mengetahui perbedaan ukuran UMKM antara UU No 20 tahun 2008 dengan PP terbaru yakni PP No 7 Tahun 2021 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Indikator Kriteria UMKM	UU No 20 Tahun 2008	PP no 7 Tahun 2021 (Terbaru)
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih ialah jumlah aset setelah di kurangi dengan hutang atau kewajiban.	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp50 juta	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp1 miliar
	2. Usaha Kecil: lebih dari Rp50 juta – paling banyak Rp500 juta	2. Usaha Kecil: lebih dari Rp1 miliar – paling banyak Rp5 miliar
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	3. Usaha Menengah: lebih dari Rp500 juta – paling banyak Rp10 miliar	3. Usaha Menengah: lebih dari Rp5 miliar– paling banyak Rp10 miliar
	Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.	Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
Hasil Penjualan Tahunan	1. Usaha Mikro: Maksimal Rp. 300 juta	1. Usaha Mikro: Maksimal Rp. 2 Miliar
	2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp. 300 juta hingga paling banyak Rp 2.5 miliar	2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp. 2 miliar hingga paling banyak Rp15 miliar
	3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp2.5 miliar hingga paling banyak Rp50 miliar	3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp15 miliar hingga paling banyak Rp50 miliar

Sumber: Tabel Olahan Peneliti berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 dan PP no 7 Tahun 2021

3. Tingkat Kematangan

Menurut AFPI, tahap kematangan UMKM dapat dibagi ke dalam 2 jenis, yakni kematangan finansial dan kematangan digital. Berdasarkan dua tingkat kematangan tersebut, maka UMKM dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Tidak matang

Pada kategori ini UMKM belum memiliki ataupun hanya memiliki pengetahuan finansial dan pengetahuan digital mendasar.

b. Cenderung matang digital

UMKM yang termasuk kategori ini adalah UMKM yang memiliki pengetahuan digital menengah hingga ahli, namun dalam hal pengetahuan keuangan, UMKM ini belum atau hanya memiliki pengetahuan finansial yang mendasar saja.

c. Cenderung matang finansial

UMKM yang termasuk kategori ini adalah UMKM yang memiliki pengetahuan digital menengah hingga dasar, namun dalam hal pengetahuan keuangan, UMKM ini sudah memiliki pengetahuan finansial tingkat menengah ataupun ahli.

d. Matang digital dan finansial

Pada kategori ini, UMKM tergolong memiliki pengetahuan digital maupun finansial pada level menengah hingga ahli.

Gambar 21. Matriks Segmentasi UMKM

		Pengetahuan Digital	
	Tinggi		
Pengetahuan Finansial		Cenderung Matang Finansial	Matang Digital dan Finansial
	Rendah	Tidak Matang	Cenderung Matang Digital
		Rendah	Tinggi

Sumber: Diolah kembali oleh peneliti dari AFPI (2023), disampaikan ketika *In-Depth Interview*.

Berdasarkan Asia Pacific SMB Digital Maturity Study tahun 2020, terdapat empat tingkat kematangan digital UMKM: *digital indifferent*, *digital observer*, *digital challenger*, dan *digital native*. Tahapan tersebut dibuat berdasarkan survei UMKM di Kawasan Asia Pasifik oleh International Data Corporation sesuai komisi Cisco. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Indonesia masih berada di tahapan pertama atau *digital indifferent*.

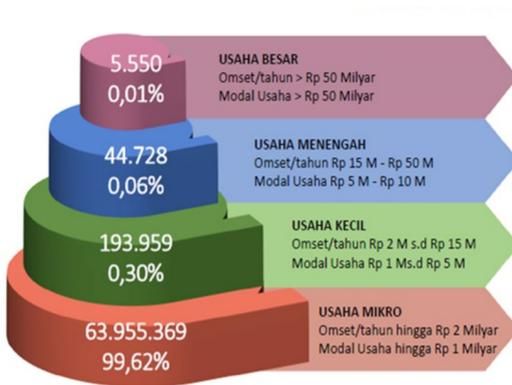
Gambar 22. Tingkat Kematangan Digital UMKM

SMB Digital Maturity Index	STAGE 1 DIGITAL INDIFFERENT	STAGE 2 DIGITAL OBSERVER	STAGE 3 DIGITAL CHALLENGER	STAGE 4 DIGITAL NATIVE
Strategy and Organization	• Company is reactive and focused on efficiencies. No digital efforts exist or starting.	• Digital efforts in progress but tactical. Starting to create a digital plan.	• Company focused on becoming agile. A digital strategy exists, but focused on short-term.	• Holistic strategy to digitally innovate exists. Proactively seeking to transform the market, expand operations and drive CX.
Processes and Governance	• Majority of processes are manual.	• Many processes still not automated. Focused on addressing inefficiencies.	• All core processes are automated and productivity rates improving.	• Full process automation done; agile approach. Significant strides made in process transformation.
Technology	• Tactical investments. No cloud and spreadsheet centric.	• Some cloud resources being used. Very limited use of analytics. Focused on the use of reporting tools.	• There is a tech roadmap for digitalization. Company is using hybrid cloud approaches.	• Cloud-first and committed to using digital tech. Broad adoption of analytics.
People and Skills	• Lack of digital skills.	• Making tactical investments to acquire digital skills. Risk-averse leadership.	• Strategic Investments in talent are being made, particularly digital skills.	• The right digital skills exist. Talent is a top priority and a competitive differentiator. Agile and adaptable culture.

Sumber: International Data Corporation dan Cisco (2020)

Data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) menunjukkan jumlah UMKM 64,2 juta unit dengan komposisi 99,62% merupakan usaha mikro. Data lain dari Kementerian Koperasi dan UMKM terkait digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM pada tahun 2020 - 2024 diprediksikan mencapai angka 20,76% jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digital pada 2022. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 26,6% dibandingkan pada tahun 2021 yang sebanyak 16,4 juta UMKM.

Gambar 23. Komposisi UMKM di Indonesia



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM (2023)

Gambar 24. Roadmap Digitalisasi UMKM Nasional pada Program Pemerintah Terhadap Koperasi dan UMKM



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM (2023)

4. Segmentasi UMKM berdasarkan Skala Bisnis, Maturitas Bisnis dan Jenis Industri

Laporan AFPI mengombinasikan aspek jenis industri, skala bisnis, dan maturitas bisnis ke dalam matriks segmentasi UMKM berikut ini:

Gambar 25. Matriks Segmentasi UMKM

Matriks Segmentasi UMKM				Dimensi Matriks							
<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan digital menengah hingga ahli Pengetahuan keuangan menengah hingga ahli 	Matang Digital & Finansial	Kelompok Bisnis Prospektif <ul style="list-style-type: none"> Bisnis dengan jumlah aset rendah yang memiliki perencanaan bisnis dan kemampuan digital yang baik Cocok untuk pinjaman berukuran mikro, tanpa agunan ATAU pinjaman yang dijamin pemerintah 	Kelompok Bisnis Unggul <ul style="list-style-type: none"> Bisnis dengan kemampuan tertinggi yang menarik bagi sebagian besar pemain <i>financing</i>, kemungkinan akan perlu memberikan penawaran yang lebih baik & layanan bernilai tambah lainnya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan Cocok untuk pinjaman bernilai tinggi seperti modal kerja dan pembiayaan investasi melalui bank umum 	Skala Bisnis (X-axis) <ul style="list-style-type: none"> Pendapatan Ukuran aset produktif (tidak termasuk tanah & bangunan, termasuk sebaran bisnis (jangkaulan)) Jumlah karyawan 	Maturitas Bisnis (Y-axis) <ul style="list-style-type: none"> Literasi digital Literasi keuangan 						
	Cenderung matang finansial	Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan <ul style="list-style-type: none"> Bisnis yang tidak fokus pada pertumbuhan, tetapi memiliki jumlah aset yang lebih besar yang memungkinkan mereka mengakses lebih banyak kredit yang didukung oleh agunan 	<ul style="list-style-type: none"> Cocok untuk modal kerja dan investasi bernilai lebih tinggi, pinjaman agunan ATAU pembiayaan yang mudah diakses melalui <i>lincch</i> atau <i>multifinance</i> 								
<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan digital tidak ada hingga dasar Pengetahuan keuangan menengah hingga ahli Pengetahuan finansial tidak ada hingga dasar 	Cenderung matang digital			Kelompok Kebutuhan Dasar <ul style="list-style-type: none"> Bisnis dengan aset rendah dan kurangnya rencana bisnis yang menghasilkan risiko tinggi Cocok untuk pembiayaan berukuran mikro 	Jenis Industri <ul style="list-style-type: none"> Manufaktur (memproduksi barang) Sevis (memberikan solusi) 	Segmentasi ini memungkinkan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku UMKM, memungkinkan kebijakan dan penetrasi pembiayaan yang lebih akurat di masa depan					
<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan digital tidak ada hingga dasar Pengetahuan finansial tidak ada hingga dasar 	Tidak matang digital	Unidentified groups <ul style="list-style-type: none"> Bisnis yang tidak terdaftar oleh platform atau lembaga formal apa pun dianggap sebagai <i>Unidentified groups</i> 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ultra Mikro</th> <th>Mikro</th> <th>Kecil</th> <th>Menengah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <Rp 250 juta omzet per annum <aset Rp 250 juta <3 karyawan </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 0,25-1,5 miliar per annum Aset Rp 0,25-1 miliar 3-5 karyawan </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 1,5-10 miliar per annum Aset Rp 1-3 miliar 6-20 karyawan </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 10-50 miliar per annum Aset Rp 3-10 miliar 21-50 karyawan </td> </tr> </tbody> </table>				Ultra Mikro	Mikro	Kecil	Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <Rp 250 juta omzet per annum <aset Rp 250 juta <3 karyawan
Ultra Mikro	Mikro			Kecil	Menengah						
<ul style="list-style-type: none"> <Rp 250 juta omzet per annum <aset Rp 250 juta <3 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 0,25-1,5 miliar per annum Aset Rp 0,25-1 miliar 3-5 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 1,5-10 miliar per annum Aset Rp 1-3 miliar 6-20 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> Omzet Rp 10-50 miliar per annum Aset Rp 3-10 miliar 21-50 karyawan 								

Sumber: Analisis EY Parthenon untuk AFPI, disampaikan ketika *In-Depth Interview*.

Berdasarkan matriks tersebut, maka UMKM di Indonesia dapat dibagi ke dalam 4 segmen yaitu:

a. Kelompok UMKM Kebutuhan Dasar

Kelompok ini adalah UMKM berukuran ultra mikro dengan karakteristik pengetahuan digital rendah dan pengetahuan finansial rendah, serta jumlah aset rendah dan kurangnya rencana bisnis yang menghasilkan risiko tinggi.

b. Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan

Kelompok UMKM ini adalah UMKM mikro, kecil, dan menengah dengan tingkat pengetahuan digital menengah atau cenderung matang, namun dengan pengetahuan finansial yang rendah/dasar. Kelompok ini tidak fokus pada pertumbuhan meskipun mereka memiliki jumlah aset yang lebih besar yang memungkinkan mereka untuk mengakses lebih banyak kredit yang didukung oleh agunan. Untuk UMKM kecil dan menengah pada kategori ini, cocok untuk menerima modal kerja dan investasi bernilai tinggi, pinjaman agunan atau pembiayaan yang mudah diakses melalui *fintech* atau *multifinance*.

c. Kelompok Bisnis Prospektif

Kelompok UMKM ini adalah UMKM ultra mikro dengan aset rendah, pengetahuan digital yang rendah hingga tinggi, namun secara finansial mereka memiliki pengetahuan finansial yang matang. Segmen ini cocok untuk pinjaman berukuran mikro, tanpa agunan atau pinjaman yang dijamin pemerintah.

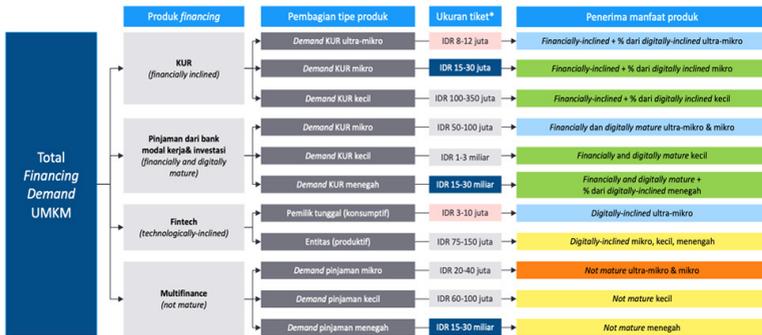
d. Kelompok Bisnis Unggul

Kelompok ini adalah UMKM yang tergolong mikro, kecil, dan menengah dengan kemampuan finansial yang cenderung matang. Meskipun tingkat pengetahuan digital segmen ini bervariasi mulai dari dasar hingga ahli, namun dengan pengetahuan finansial yang baik maka segmen ini sangat menarik bagi para investor. *Fintech lender* harus mampu memberikan penawaran pinjaman menarik dan layanan yang baik untuk menarik mereka. Segmen ini juga cocok untuk pinjaman bernilai tinggi seperti modal kerja dan pembiayaan investasi melalui bank umum.

Berdasarkan data-data di atas, maka AFPI juga mendeskripsikan nominal pinjaman berdasarkan skala dan maturasi bisnis. Khusus untuk pendanaan melalui *fintech*, AFPI menjelaskan bahwa pendanaan tersebut hanya bisa diberikan dengan dua ukuran tiket yakni sebesar 3 hingga 10 juta rupiah yakni pada *digitally inclined* ultra mikro dan besaran dana sebesar 75 hingga 150 juta pada kategori UMKM yang *digitally inclined* dengan kategori mikro, kecil dan menengah.

Jika kita lihat pada tabel di bawah ini, maka *Fintech* PQR memberikan prasyarat yang terbilang lebih rumit dalam hal dokumentasi dibandingkan dengan *Fintech* ABC, *Fintech* XYZ, terlebih lagi bila dibandingkan dengan Bank XYZ. Dari sisi nominal, hanya *Fintech* PQR, *Fintech* ABC, dan *Fintech* XYZ yang sanggup memberikan jumlah pinjaman hingga 2 Milyar. *Fintech* LMN dan Bank XYZ hanya sanggup memberikan pinjaman dengan plafon maksimal 500 juta.

Gambar 26. Pemetaan Total Financing Demand UMKM



Sumber: OJK, BI, Analisis EY Parthenon untuk AFPI (2023), disampaikan ketika *In-Depth interview*.

1. Ticket size Pembiayaan untuk UMKM

Size pembiayaan untuk UMKM dapat diperkirakan dari sisi *supply*. Tidak ada keseragaman nilai pembiayaan yang disalurkan oleh bank/ *fintech* kepada UMKM.

Gambar 27. Ticket Size Pembiayaan Digital UMKM

Bank ABC	Bank XYZ	Bank PQR	Bank IHG	Fintech
<ul style="list-style-type: none"> Max Rp25 juta Traditional loan > Digital loan 	<ul style="list-style-type: none"> Max Rp25 juta Pemberian bertahap berdasarkan <i>track record</i> pinjaman 	<ul style="list-style-type: none"> Variatif tidak menyebutkan nilai tertentu Belum memiliki produk pembiayaan digital 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak memberikan nilai tertentu Menggunakan kebijakan mitra Fintech 	<ul style="list-style-type: none"> Variatif Rp4 juta – Rp14 milyar Bergantung kondisi UMKM: Motivasi tumbuh, matang digital, dan matang keuangan

Sumber: Diolah peneliti dari In-Depth Interview dengan narasumber, 2023.

Namun pada bank, terdapat pola cukup konsisten, *ticket size* untuk *digital loan* masih lebih rendah dibandingkan *traditional loan*. Pembiayaan digital tidak mensyaratkan agunan dan bergantung pada data digital yang ketersediaannya masih terbatas. Bank cenderung *trial and error* untuk meminimumkan risiko.

5.2.2. Prasyarat & Fitur

Setiap *fintech* memiliki prasyarat berbeda-beda terkait dengan pinjaman terhadap UMKM. Prasyarat itu sendiri bergantung pada jenis atau kategori pinjaman apakah termasuk *supply chain financing*, *invoice financing*, Paylater,

modal kerja/bisnis ataupun kredit multiguna. Jika kita lihat ke 5 platform *financing* tersebut, maka Bank XYZ yang terintegrasi dengan marketplace XXX cenderung memiliki persyaratan yang lebih mudah karena Bank XYZ memiliki data historis transaksi, baik pembelian maupun penjualan dari *seller* di *marketplace* XXX.

Berdasarkan paparan hasil survei, FGD, dan IDI yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, bagian ini akan menganalisis poin-poin utama yang perlu diperhatikan dalam implementasi penyaluran dan pembiayaan digital kepada UMKM. Beberapa aspek yang dapat disimpulkan dari hasil survei, FGD, dan IDI adalah model bisnis dan peran antar pihak, risiko, tantangan, dan *key success factor*. Berikut ini adalah penjelasan masing-masing aspek tersebut.

Tabel 13. Matriks Prasyarat dan Fitur *Fintech*

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
1	<i>Fintech</i> PQR	Pinjaman Bisnis	Maksimal 2 milyar	10 tahun	> 14%		N/A	

5.3

Implementasi Penyaluran dan Pembiayaan Digital kepada UMKM

5.3.1. Model Bisnis dan Peran Antarpihak

Model bisnis pembiayaan digital untuk UMKM yang diterapkan oleh bank maupun lembaga keuangan nonbank (*fintech*) sangat bergantung pada ketersediaan data alternatif yang dapat mereka akses. Semakin terbatas akses data, semakin sulit bank menerapkan skema pembiayaan digital untuk UMKM. Informasi terkait yang diperoleh dari *supply side* (bank dan *fintech*) maupun pengamat relatif konvergen, yaitu bentuk model bisnis pembiayaan digital untuk UMKM bersifat *data driven*, terutama untuk mendukung memutuskan pemberian pembiayaan

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
	N/A	<ul style="list-style-type: none"> Foto KTP dan swafoto dengan KTP Foto NPWP Foto Kartu Keluarga Foto KTP pasangan (opsional) Foto Buku Nikah/Surat Nikah/Akta Cerai Surat pisah harta 	<ul style="list-style-type: none"> Foto slip gaji/SPT dan rekening koran selama 3 bulan terakhir Swafoto di kantor/ID Card (opsional) Surat keterangan kerja (opsional) 	<ul style="list-style-type: none"> Sertifikat kepemilikan (SHM/SHGB/SHMSRS) IMB Foto objek bangunan Foto PBB terakhir 	<ul style="list-style-type: none"> Administrasi KIPP Premi asuransi Notaris/PPAT

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
		<i>Invoice Financing</i>	100 juta sd 2 milyar	<ul style="list-style-type: none"> •12 bulan •180 hari dari tanggal invoice 	<i>Loan to Value (LTV) 80%</i>	Jaminan jika <i>bouheer</i> bukan merupakan <i>well known company</i>	<ul style="list-style-type: none"> •BUMN •Pendapatan setahun terakhir minimal 200 milyar •NPAT positif dalam 2 tahun terakhir •Tidak termasuk ke dalam <i>negative industry list</i> (tambang dan sejenisnya) •Perusahaan tidak memiliki reputasi buruk •<i>Rating</i> Pefindo minimal BB 	
		<i>Ecosystem Loan</i>	Hingga 2 milyar	12 bulan	> 14%			

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Individu atau perusahaan berbadan hukum di Indonesia • Perusahaan aktif beroperasi • Hasil verifikasi Pefindo untuk peminjam tidak terlambat >60 hari dalam 6 bulan terakhir • Sudah menjalani kemitraan dengan <i>Anchor</i> selama minimum 1 tahun atau setidaknya memperlihatkan riwayat transaksi penerimaan sebanyak 3 transaksi dari <i>Anchor</i> 				<ul style="list-style-type: none"> • Administrasi • Notarit/PPAT • KIPP • Bunga • Admin • Profisi • <i>Appraisal</i> • Keterlambatan
		<ul style="list-style-type: none"> • Foto KTP dan swafoto dengan KTP • Foto NPWP • Foto Kartu Keluarga • Foto KTP pasangan (opsional) • Foto KTP dan swafoto dengan KTP • Foto NPWP • Foto Kartu Keluarga • Foto KTP pasangan (opsional) 	<ul style="list-style-type: none"> • Foto rekening koran selama 3 bulan terakhir • Bukti transaksi usaha selama 3 bulan terakhir • Izin usaha (SIUP/TDP/NIB/SKDP/SITU/SKU) • Foto usaha dan swafoto dengan usaha 		<ul style="list-style-type: none"> • Admisnitrasia • Profvisi

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
		Multiguna						
2	Fintech XYZ	Supply Chain Financing	Hingga 2 milyar		100% nilai PO			
		PayLater	Hingga 2 milyar	120 hari				
		Invoice Financing	Hingga 2 milyar		Loan to Value (LTV) 80%			
		Bisnis	Hingga 2 milyar	6-12 bulan	Flat	Tanpa Agunan		

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
		<ul style="list-style-type: none"> • Foto KTP dan swafoto dengan KTP • Foto NPWP • Foto Kartu Keluarga • Foto KTP pasangan (opsional) 	<ul style="list-style-type: none"> • Akun bank • Nomor rekening 		Rp6.500 jika melakukan penarikan dana ke akun non Bank Sinarmas
		KTP			
		<ul style="list-style-type: none"> • Kartu Tanda Penduduk (KTP) • NPWP (Bila pengajuan diatas 50 juta) • Kartu Keluarga (Jika sudah menikah) • Mutasi Rekening (3 bulan terakhir) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kartu Tanda Penduduk Direktur/ Pemilik • NPWP Perusahaan • Akta Perusahaan (terbaru) • Mutasi Rekening (3 bulan terakhir) • Laporan Keuangan • NIB/SKU (Nomor Izin Berusaha/Surat Keterangan Usaha)* 		

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
3	Fintech LMN	Pinjaman Kelompok	3 juta	50 minggu		Tanpa agunan namun harus memiliki rencana dan profil usaha		
		Paylater	500 ribu	1 bulan				
		Modal Kerja	5 hingga 500 juta					
		Multiguna		12 bulan				
4	Fintech ABC	Buyer Financing	50 juta hingga 2 milyar	Maksimum 6 bulan				

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
					Biaya admin <i>flat</i> setiap bulannya mulai dari hanya Rp10.000
			<i>Invoice PO</i>		
		Minimum kerja 6 bulan			
			<ul style="list-style-type: none"> • Telah beroperasi selama minimum 1 tahun • Memiliki omzet per tahun atau total aset minimal Rp2,5 miliar • Merupakan pembeli grosir di korporat ritel besar dengan rekam jejak pembayaran yang baik minimal selama 1 (satu) tahun • Dokumen legalitas dan <i>purchase di dashboard borrower</i> • Berdomisili di wilayah Jabodetabek, Bandung, Jawa Tengah, dan Jawa Timur 		

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
		<i>Working Capital Team Loan</i>		3-24 bulan				

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
		<ul style="list-style-type: none"> • Dokumen pengajuan (d disesuaikan dengan model bisnis masing-masing <i>borrower</i>) • Data <i>online payment gateway</i> • Kontrak/SOK yang sedang berjalan • Laporan penjualan yang tercatat 	<ul style="list-style-type: none"> • Telah beroperasi selama minimum 1 tahun • Memiliki omzet per tahun atau total aset minimal Rp2,5 miliar • Merupakan pembeli grosir di korporat ritel besar dengan rekam jejak pembayaran yang baik minimal selama 1 (satu) tahun • Dokumen legalitas dan <i>purchase</i> di <i>dashboard borrower</i> • Berdomisili di wilayah Jabodetabek, Bandung, Jawa Tengah, dan Jawa Timur • Perseroan Terbatas (PT) atau Perseroan <i>Komanditer/ Commanditaire Vennootschap</i> (CV) 		

No	Pemberi Pinjaman	Jenis Pinjaman	Karakteristik Pinjaman				Anchor	
			Nominal	Tenor	Suku Bunga	Jaminan		
		<i>Invoice Financing</i>						

Syarat					Biaya
	Peminjam	Dokumen Pribadi	Dokumen Finansial	Dokumen Agunan	
		Memiliki kelengkapan dokumen: legal pendirian perusahaan, NPWP, laporan keuangan, rekening koran, profil perusahaan, dan lain-lain terkait tagihan	<ul style="list-style-type: none"> • Telah beroperasi selama minimum 1 tahun • Mmiliki omzet per tahun atau total aset minimal Rp2,5 miliar • Merupakan pembeli grosir di korporat ritel besar dengan rekam jejak pembayaran yang baik minimal selama 1 (satu) tahun • Memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan terkemuka (misalkan: perusahaan publik, perusahaan multinasional, BUMN, dan lembaga pemerintahan) • Berdomisili di wilayah Jabodetabek, Bandung, Jawa Tengah, dan Jawa Timur • Perseroan Terbatas (PT) atau Perseroan <i>Komanditer/ Commanditaire Vennootschap</i> (CV) 		

kepada UMKM. Jika ketersediaan data terbatas, bank maupun *fintech* cenderung tetap menggunakan pendekatan tradisional, seperti yang dilakukan Bank LMN. Proses digitalisasi hanya sebatas *e-form* atas dokumen yang diinput secara manual dan bank masih tetap mensyaratkan adanya agunan.

Jika data alternatif tersedia – data transaksi usaha, omset penjualan, kebiasaan belanja, dsb – maka bank maupun *fintech* dapat memanfaatkan data tersebut untuk membangun sistem *credit scoring* yang lebih akurat dan cepat. Namun, memperoleh data tersebut tidak mudah mengingat penyedia data merupakan entitas terpisah dari bank. Upaya yang dilakukan adalah dengan membuat ekosistem digital yang mendorong seluruh proses pembiayaan (dari hulu sampai hilir) dilakukan dalam sistem yang dikelola oleh bank maupun *fintech*. Bank menyebutnya dengan istilah *close loop*, yaitu seluruh transaksi nasabah mulai dari kegiatan transaksional, menabung, hingga pembiayaan ada di sistem yang saling terkoneksi dengan sistem perbankan. Adanya ekosistem digital yang bersifat *close loop* memungkinkan bank untuk membangun *credit scoring* berbasis *machine learning* sehingga proses penilaian kelayakan (durasi SLA) menjadi jauh lebih pendek sehingga proses pencairan dan *outreach* menjadi lebih cepat dan luas. Bank yang belum mampu membuat sistem *close loop* akan berupaya mencari mitra strategis.

Entitas	Sumber Dana	Akuisisi Nasabah	Penilaian Kredit (Manajemen Risiko)
Bank ABC	Dana Pihak Ketiga	<i>Fintech</i>	<i>Risk Acceptance Criteria, Credit Scoring Fintech</i>
		Platform mitra	-
		Aplikasi Bank	Data transaksi
		<i>E-commerce platform</i>	-
Bank XYZ	Dana Pihak Ketiga	<i>Fintech Mobile Application</i> <i>E-commerce platform</i>	<i>Machine Learning</i>
Bank PQR	Dana Pihak Ketiga	Bank anak perusahaan Bank PQR	<i>Conventional/ Tradisional</i>
Bank LMN	Dana Pihak Ketiga	Langsung	LMNSPOT
Bank IHG	Dana Pihak Ketiga	<i>B2B Approach Upper SME</i>	<i>Conventional Risk Acceptance Criteria</i>
<i>FinTech</i>	<i>Crowd Lender Channeling</i>	Platform sendiri, Langsung	<i>Credit Scoring FinTech</i>

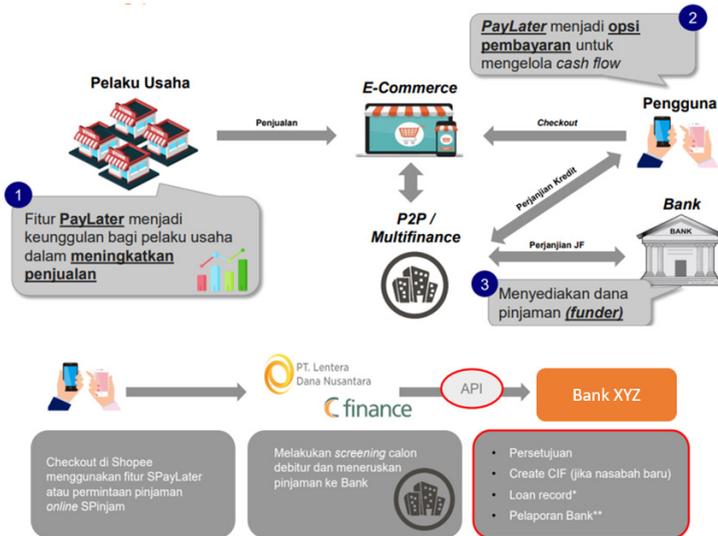
Bank XYZ dapat menjadi contoh model bisnis pembiayaan digital untuk UMKM karena mulai mampu membangun ekosistem digital yang mencakup proses bisnis dari hulu ke hilir. Proses detail dari model bisnis mereka adalah sebagai berikut:

1. Target *customer* Bank XYZ merupakan *merchant* yang ada di *marketplace*, biasanya masuk dalam kategori nasabah ultra mikro hingga mikro.
2. Nasabah tersebut diarahkan untuk memanfaatkan fitur *Buy Now Pay Later* dan diarahkan menggunakan berbagai aplikasi yang ada di *Marketplace* XXX maupun Bank XYZ.
3. Data dan informasi transaksi *customer marketplace* yang menggunakan BNPL maupun Bank XYZ dapat ditindaklanjuti dengan produk *micro payroll*, yaitu fasilitas pembayaran gaji karyawan harian yang *real-time* 24 jam.
4. Data dan informasi disimpan dan diakumulasi untuk membangun *machine learning* yang dapat melaksanakan fungsi *credit scoring* hingga *credit decisioning* sehingga proses pencairan pembiayaan menjadi sangat cepat tanpa harus mengandalkan data berbasis dokumen tradisional.

	Penyaluran Dana	Monitoring and Servicing	Penagihan	Plafon
	<i>Channeling</i>	<i>Fintech</i>	Bank + <i>Fintech</i>	Maks Rp 25 Juta
	Top up	Bank + mitra	-	
	Langsung melalui aplikasi	Bank	-	
	Top up	Bank + mitra	-	
	<i>Joint financing Channeling</i>	Bank XYZ	Bank XYZ <i>digital deliucency</i>	Di bawah Rp 1 juta, Maks Rp 25 juta
	Bank (<i>direct</i> disb)	Bank	Bank	Variatif
	Bank (<i>direct</i> disb)	Bank	Bank	Maks Rp 250 Juta
	Bank (<i>direct</i> disb)	Bank	Bank dan mitra	-
	<i>FinTech (direct)</i>	<i>FinTech</i>	<i>FinTech</i>	Rp 4 Juta - Rp 4 Miliar

Mengacu praktik pembiayaan digital yang diterapkan oleh Bank XYZ tersebut, maka ketika bank maupun *fintech* dapat menampung seluruh aktivitas keuangan nasabah, bank dapat menggunakan data tersebut sebagai dasar keputusan penyaluran pembiayaan kredit.

Gambar 28. Model Bisnis Pembiayaan Digital Bank XYZ



Sumber: Bank XYZ (2023)

Gambar 29. Skema Pembiayaan Invoice Financing



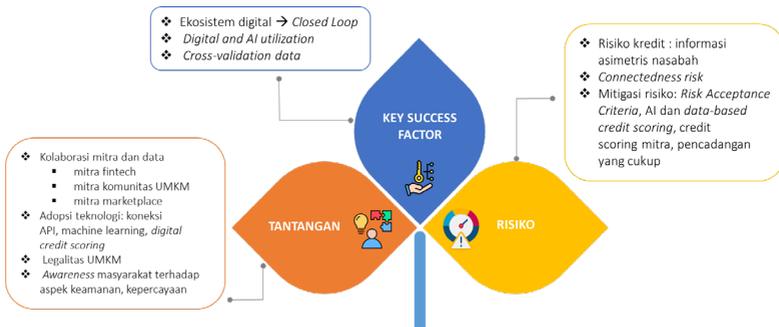
Sumber: AFPI (2023)

Gambar 30. Skema Pembiayaan Supply Chain Financing



Sumber: AFPI (2023)

Gambar 31. Tantangan, Risiko, dan Key Success Factor Pembiayaan Digital UMKM



Sumber: Diolah Peneliti

5.3.2. Risiko

Risiko menjadi salah satu aspek penting yang sangat diperhatikan oleh bank maupun *fintech* sebagai *supply side* pembiayaan digital UMKM. Bank selalu berupaya agar kredit yang mereka salurkan – termasuk untuk UMKM dengan skema digital – tidak memiliki NPL tinggi. Bagi bank dan *fintech*, risiko kredit menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan ketika memutuskan untuk memberikan pembiayaan digital kepada UMKM. Namun, masing-masing bank dan *fintech* memiliki strategi mitigasi risiko yang berbeda. Hasil IDI dengan bank dan *fintech* mengidentifikasi beberapa mitigasi berikut ini:

1. *Cross validation* dokumen yang menjadi prasyarat pengajuan pembiayaan. Cara mitigasi ini merupakan cara tradisional yang sampai saat ini masih dilakukan, terutama dalam menjalankan prinsip 5C.
2. Menetapkan limit kredit rendah. *Fintech* maupun bank biasanya masih memberikan pembiayaan dengan *ticket size* rendah, salah satunya adalah untuk memitigasi tingginya kredit macet ketika nasabah gagal bayar. Limit rendah juga berguna bagi *supply side* untuk mempelajari perilaku debitur UMKM sehingga dapat digunakan untuk perbaikan sistem maupun produk pembiayaan.
3. Menetapkan *risk acceptance criteria* (RAC). Langkah ini digunakan oleh bank yang menjalin kemitraan dengan lembaga jasa keuangan lain. Sebelum menerima debitur dari mitra, bank menyusun RAC terlebih dahulu dan RAC itulah yang dijadikan sebagai kriteria penentuan kelayakan pembiayaan.
4. Melakukan penawaran kredit jangka pendek untuk meningkatkan volume data transaksi. Tujuannya adalah untuk meminimalkan *model risk*, yaitu risiko karena *machine learning* salah atau tidak akurat dalam memberikan penilaian. Dengan adanya kredit jangka pendek bervolume besar, maka data input untuk melatih *machine learning* menjadi lebih besar sehingga *model risk* dapat ditekan.

5.3.3. Tantangan

Tantangan pembiayaan digital untuk UMKM adalah sebagai berikut:

1. *Cross validation* data masih sulit dilakukan sehingga bank masih menggunakan pola persyaratan tradisional. Hal tersebut disebabkan oleh terbatasnya akses bank terhadap data-data alternatif yang mereka butuhkan.
2. *Supply side* cukup besar, namun *demand side* (pelaku UMKM) terbatas. Motivasi UMKM untuk *scaling up* bisnis mereka masih relatif rendah. Mereka merasa cukup dengan capaian yang sudah mereka raih dan enggan untuk meningkatkan *size* usahanya sehingga tidak membutuhkan tambahan dana untuk modal.
3. Ekosistem digital belum terintegrasi sehingga menyulitkan penerapan model bisnis pembiayaan digital yang sempurna. Sebagai contoh, jika pelaku usaha sudah *cashless*, namun mereka tetap harus bayar tunai kepada pemasok sehingga membuat proses transaksi menjadi tidak efisien.

4. Ketersediaan data alternatif yang dapat digunakan bank dan *fintech* untuk menilai kelayakan kredit masih sangat terbatas. Diperlukan waktu yang cukup panjang untuk membangun *database* nasabah yang dapat memudahkan bank dan *fintech* dalam membuat sistem *scoring* berbasis *machine learning*.

5.3.4. Key Succes Factor

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari seluruh narasumber, terdapat beberapa *key success factor* yang perlu diperhatikan agar pembiayaan digital untuk UMKM dapat berkembang, yaitu:

1. Ketersediaan *digital platform* yang memungkinkan UMKM dapat dengan mudah *onboarding* bisnisnya. *Digital platform* tersebut meliputi proses bisnis dari hulu ke hilir, seperti *marketplace e-commerce, payment system, credit scoring, loan/financing, monitoring, hingga collection*.
2. Kecepatan dan *outreach* dari produk pembiayaan digital. UMKM menginginkan adanya proses pembiayaan digital yang dapat mempersingkat waktu penilaian dan pencairan dan memiliki jangkauan yang luas.
3. Motivasi dari UMKM selaku target utama pembiayaan digital. Motivasi untuk *scaling up* bisnis perlu ditingkatkan sehingga mereka dapat memanfaatkan dana pembiayaan yang disediakan oleh *supply side*.
4. Penerapan manajemen risiko yang terintegrasi dengan sistem digital. Dalam implementasi model bisnis pembiayaan digital, bank atau *fintech* perlu mengotomasi manajemen risiko dan aktivitas kepatuhan (*compliance*). Bank harus menyiapkan *risk backend profil* yang tangkas untuk mengatasi kredit bermasalah. Bank dan *fintech* perlu menyerahkan data rinci kepada regulator, harus mampu menangani data bervolume tinggi dengan tingkat latensi rendah (sinkronisasi data yang tidak terlambat), dan standarisasi dalam menjaga integritas data. Penggunaan teknologi berbasis AI untuk mendeteksi penipuan dan peningkatan proses KYC nasabah untuk mencegah risiko kemananan.

5.4 Identifikasi Peran dalam Ekosistem Pembiayaan Digital

Berikut ini adalah peran dan fungsi dari masing-masing pihak yang terlibat dalam proses pembiayaan digital untuk UMKM:

5.4.1. Lembaga keuangan

Peran dan fungsi bank maupun *fintech* dalam ekosistem pembiayaan digital adalah sebagai berikut:

1. Penyedia dana pembiayaan digital kepada UMKM.
2. Inisiator platform keuangan digital.
3. Pengelola risiko kredit pembiayaan digital untuk UMKM.

5.4.2. UMKM

Peran dan fungsi UMKM dalam ekosistem pembiayaan digital adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha skala bisnis mikro, kecil dan menengah.
2. *User* dari berbagai platform digital, baik yang dikeluarkan oleh bank maupun platform lainnya seperti *e-commerce*, QRIS, dan sebagainya.
3. *Borrower* yang membutuhkan dana pembiayaan untuk pengembangan/operasional usaha.

5.4.3. Regulator K/L

Peran dan fungsi regulator yang berasal dari Kementerian/Lembaga berbeda bergantung pada tupoksi masing-masing Kementerian/Lembaga, yaitu:

1. Bank Indonesia

Peran dan fungsi Bank Indonesia adalah membuat peraturan dan kebijakan di tingkat makroprudensial yang dapat mengakselerasi pengembangan UMKM di Indonesia, terutama dalam hal intermediasi dan inklusi keuangan.

2. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Peran dan fungsi OJK adalah sebagai berikut:

1. Membuat berbagai regulasi dalam bentuk POJK maupun SEOJK yang mempermudah bank maupun *fintech* dalam menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM.
2. Meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia, melalui perluasan akses jasa keuangan bagi UMKM.
3. Melakukan pengawasan terhadap bank maupun *fintech* yang menyalurkan pembiayaan digital kepada UMKM.

3. Kementerian/Lembaga

Fungsi Kementerian Koperasi dan UMKM dalam ekosistem pembiayaan digital untuk UMKM adalah sebagai berikut:

1. Membuat kebijakan maupun regulasi yang dapat mengakselerasi skala usaha UMKM.
2. Membuat kebijakan maupun regulasi yang dapat meningkatkan skill dan kompetensi bisnis dari pelaku UMKM.
3. Mendorong UMKM agar memiliki *literacy digital* yang baik.

5.4.4. Aggregator

Aggregator memiliki peran dan fungsi sebagai berikut:

1. Mengintegrasikan fungsi *market place* dan *financing* secara sekaligus
2. Membangun *database* berbasis *big data* transaksi *merchant* sehingga dapat diproses lebih lanjut menjadi sistem *scoring*.
3. Bekerja sama dengan *supply side* (bank dan UMKM) dalam *sharing data* – namun tetap menjaga kerahasiaan data pribadi – agar *supply side* dapat menggunakan data alternatif untuk keperluan penilaian *creditworthiness*.
4. Memberikan rekomendasi/jaminan bagi UMKM mitra/supplier.

Halaman ini sengaja dikosongkan

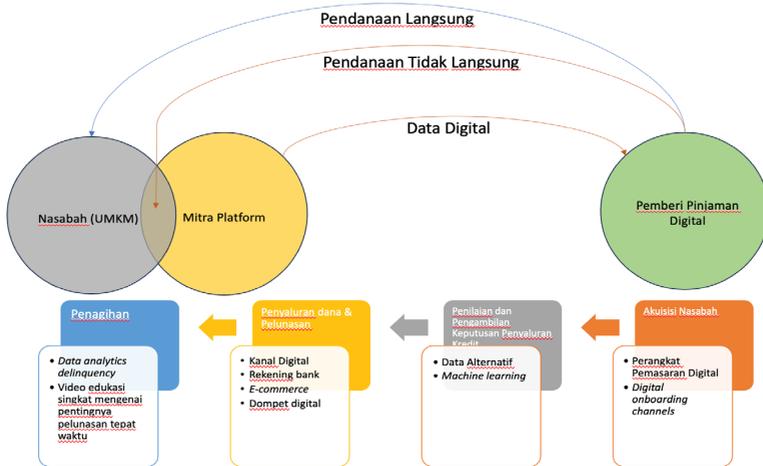
Bab 6

MODEL BISNIS GENERIK PEMBIAYAAN DIGITAL



Pada dasarnya, pembiayaan digital tidak bersaing dengan pembiayaan formal yang sudah ada, melainkan saling melengkapi. Berikut merupakan Model Bisnis Generik Pembiayaan Digital yang dihasilkan pada kajian ini.

Gambar 32. Model Bisnis Generik Pembiayaan Digital



Sumber: Model Bisnis Generik Pembiayaan Digital Hasil Olahan Peneliti

6.1 Peran Antarpihak

Pembiayaan digital ialah proses penawaran pinjaman yang diajukan, dicairkan, dan diawasi melalui saluran digital. Dalam proses ini, pemberi pinjaman menggunakan data digital untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membuat keputusan kredit yang cerdas (Accion, 2018). Pada model bisnis pembiayaan digital ini, terdapat beberapa pelaku pada ekosistem pembiayaan digital. Pelaku dalam model bisnis ini mencakup berbagai peran penting dalam rangka operasi, pengembangan, dan pertumbuhan skala pembiayaan digital.

Gambar 33. Peran Antarpihak pada Pembiayaan Digital

Akuisisi Nasabah	Credit Scoring	Risk Management	Monitoring	Collecting	Digital Services	Aturan & Kebijakan
<ul style="list-style-type: none"> • Bank • FinTech • Mitra 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank • FinTech • Agregator 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank • FinTech 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank • FinTech 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank • FinTech 	<ul style="list-style-type: none"> • Digital payment provider • E-commerce agregator 	<ul style="list-style-type: none"> • Kementerian Kop & UMKM • Kementerian BUMN • Kementerian Kominfo • Kementerian Perdagangan • BI – OJK
Tools <ul style="list-style-type: none"> • Push marketing melalui mitra • Strategi aktif lapangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Data alternatif • Machine learning • Artificial Intelligence 	<ul style="list-style-type: none"> • Risk acceptance criteria • Risk matrix 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem informasi untuk monitoring • Monitoring tradisional 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank transfer • Penagihan langsung • Platform 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Market-place</i> • <i>Digital payment platform</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Peraturan dan surat edaran • Pengawasan aktif

6.1.1. Debitur/UMKM (Nasabah)

Pelaku utama model bisnis ini merupakan nasabah (debitur) yang merupakan UMKM tertentu yang mampu dalam menggunakan layanan pembiayaan digital untuk mendapatkan akses ke sumber dana. Mereka mengajukan permohonan, memberikan informasi pribadi dan/atau perusahaan, dan bertanggung jawab atas pembayaran pinjaman atau pembiayaan.

6.1.2. Perusahaan Pembiayaan Digital (*Partner Platform*)

Kemudian, pelaku utama lainnya yaitu mitra platform (Perusahaan Pembiayaan Digital) yang merupakan perusahaan yang menawarkan layanan pembiayaan melalui platform digital mereka. Mitra ini menangani analisis risiko, menjual produk pembiayaan, mengelola platform, dan memberikan layanan kepada debitur. *Partner joint financing/channeling* dapat melakukan aktivitas yang terkait dengan:

1. Menawarkan produk pembiayaan digital berupa *paylater* atas *underlying* transaksi yang dilakukan oleh peminjam.
2. Melakukan *credit assessment* berdasarkan *machine learning* dan *scoring system* berdasarkan data *behavioral*, transaksi, dan data lainnya yang tersedia di ekosistem digital.
3. Melakukan proses *collection* dan *settlement* untuk penyelesaian pembiayaan dengan pihak peminjam dan juga bank.

6.1.3. Pemberi Pinjaman/Dana Digital

Pada ekosistem pembiayaan digital, tentunya tidak terlepas dari peran investor atau pemberi pinjaman digital. Pemberi pinjaman digital merupakan pihak yang memberikan modal kepada perusahaan pembiayaan digital untuk memungkinkan mereka memberikan pembiayaan kepada debitur. Investasi ini dapat berasal dari individu, institusi keuangan (bank), atau pemodal ventura. Beberapa pemain menawarkan solusi digital menyeluruh, sementara yang lain berfokus pada komponen tertentu dalam proses peminjaman dan memanfaatkan kemitraan untuk melengkapi model mereka. Pemberi pinjaman digital dapat berperan sebagai partner penyedia dana untuk kredit *joint financing/channeling* berdasarkan kriteria *risk acceptance criteria* (RAC) yang dimiliki oleh bank. Kemudian, pemberi pinjaman digital juga dapat menentukan mitra sesuai dengan kebutuhan informasi yang diperlukan. Misalnya keputusan *partner* untuk pinjaman ke UMKM ultramikro yang *unbanked*, akan berbeda dengan keputusan *partner* pinjaman ke UMKM kecil dan menengah yang sudah *bankable*.

Pemberi pinjaman digital dapat memberikan pendanaan langsung dan pendanaan tidak langsung kepada UMKM dalam hal pengajuan pinjaman baik melalui berbagai platform pembiayaan digital. Pembiayaan digital sendiri memiliki banyak bentuk – mulai dari otomatisasi bagian kecil, hingga proses pinjaman digital sepenuhnya, mulai dari akuisisi hingga penagihan. Dalam hal ini diperlukan sistem otomasi untuk setiap pengambilan keputusan, dari *assessment* hingga *disbursement*. Hal ini juga diupayakan tentunya untuk menekan biaya operasi dari pemberi pinjaman digital. Kemudian, pemberi pinjaman digital sendiri berpotensi untuk dapat mengakses dan menggunakan data digital dalam membuat keputusan kredit yang lebih cepat, otomatis, dan akurat.

6.1.4. Regulator dan Penyedia Jasa Keuangan (PJK)

Proses pembiayaan digital ini dimulai pada serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh Penyedia Jasa Keuangan (PJK) dalam memberikan kredit mulai dari mendapatkan dan menerima nasabah/debitur UMKM, melakukan penilaian nasabah tersebut dan mencairkan pinjaman, hingga menerima pembayaran kembali dan menindaklanjuti pinjaman yang telah jatuh tempo. Pembiayaan digital ini mengacu pada ‘digitalisasi’ keseluruhan proses pinjaman dengan interaksi tinggi pada nasabah dengan membangun keterlibatan dan loyalitas nasabah UMKM tersebut.

Peran regulator disini dapat berupa menyusun peraturan perundang-undangan yang mengatur aspek kehati-hatian, manajemen risiko, perlindungan konsumen, dalam implementasi model bisnis pembiayaan digital.

6.2.1. Akuisisi Debitur

Pada proses *origination/customer acquisition*, nilai penting disini ialah bagaimana meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan. Proses perolehan debitur dapat menggunakan gabungan dari alat pemasaran digital (*digital marketing tools*) serta saluran orientasi digital (*digital onboarding channels*). Alat pemasaran digital mencakup *SMS blast*, pengoptimalan mesin pencari, serta kampanye iklan media sosial. Sedangkan, saluran orientasi digital mencakup *Unstructured Supplementary Service Data* (USSD), SMS, *chatbot* ataupun aplikasi *online* melalui platform web atau seluler. Namun perlu diingat bahwa aspek penting disini ialah identifikasi debitur. Kedua cara ini menawarkan cara yang hemat biaya untuk mengiklankan dan memberikan informasi produk penting kepada calon debitur, namun pemasaran fisik tetap diperlukan untuk menjawab pertanyaan dan membangun kepercayaan pada tahap awal akuisisi khususnya pada pangsa pasar UMKM dengan literasi finansial atau digital yang rendah.

Akuisisi langsung pada debitur memungkinkan pemberi pinjaman memiliki kepemilikan penuh atas data debitur dan akses langsung, namun akuisisi cenderung berbiaya tinggi dan sulit dilakukan. Akuisis debitur lainnya dapat diperoleh dengan cara bermitra dengan pihak ketiga yang 'kaya data' (seperti operator jaringan seluler/MNO atau pemain *e-commerce*) untuk memanfaatkan basis data pelanggan mereka.

6.2.2. Penilaian Kredit

Pada proses ini, poin terpenting ialah bagaimana pengambilan keputusan yang lebih akurat, dengan waktu penyelesaian yang lebih cepat, serta akses ke segmen pelanggan baru. Pemberi pinjaman digital dapat menggunakan gabungan dari data debitur konvensional dan sumber data debitur alternatif lainnya (*alternate data*) serta algoritme dan analisis yang canggih untuk 'menilai' '*scoring*' calon debitur dengan cepat dan secara *remote* dalam membuat keputusan kredit.

Keputusan pembiayaan kredit dapat dibuat dalam hitungan detik. Untuk menilai calon debitur, data-data debitur (baik digital maupun konvensional) dimasukkan ke dalam algoritma yang memprediksi kapasitas dan kemauan calon debitur untuk membayar kembali. Ini merupakan peran dari algoritme canggih dengan menggunakan teknik pembelajaran mesin berulang (*reiterative machine learning*) dalam meningkatkan analisis mereka dari waktu ke waktu.

6.2.3. Pencairan dan Pembayaran

Pemberi pinjaman digital dapat menyalurkan pinjaman dan mengumpulkan pembayaran melalui saluran digital (*digital channel*), seperti rekening bank, akun *e-commerce*, atau dompet seluler (*digital wallet*). Saluran nontunai ini meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi penipuan dengan menyediakan jejak audit yang jelas. Saluran ini juga memungkinkan pencairan yang cepat, terkadang instan, sehingga memberikan debitur akses ke dana mereka dalam hitungan detik. Pembayaran dilakukan melalui saluran yang sama, dapat pula dengan mendebit rekening secara otomatis.

6.2.4. Penagihan Pembayaran

Pada prosesnya, bila penagihan (*collections*) tidak berjalan lancar atau macet, terdapat *data analytics delinquency* yang dapat melacak perilaku debitur dan mengusulkan strategi pemulihan yang disesuaikan. Hal ini dapat membuat debitur yang menunggak menjadi *freeze* ataupun langsung masuk ke daftar hitam dan kehilangan akses terhadap kredit di masa depan – yang dapat menjadi motivator yang kuat untuk tidak menunggak. Melalui sistem, akan berlaku *remote collection* yang bersifat seperti *warning* dan membutuhkan prasyarat tertentu agar status debitur dapat kembali normal.

Sebelum itu terjadi, PJK dapat pula mengintegrasikan konten dan penyampaian pesan pendidikan literasi keuangan ke dalam desain dan peluncuran produk digital untuk meminimalkan dampak negatifnya bagi debitur. Hal ini berupa pembuatan video pendidikan singkat (*short educational video*) yang menjelaskan pesan-pesan penting mengenai penagihan dan pembayaran kembali, yang dapat ditunjukkan oleh staf lapangan kepada debitur melalui ponsel atau tablet mereka.

Halaman ini sengaja dikosongkan

Tahapan Digital Lender				
UMKM	Akuisisi data	Manajemen data	Analisis data	
Belum memiliki aset digital	Aktivitas <ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan program penjangkaran UMKM untuk mendapatkan informasi bisnis UMKM • Bermitra dengan Lembaga Keuangan nonbank 	Menyusun struktur data ke dalam <i>workable format</i> sesuai dengan kebutuhan masing-masing pemberi dana	<ul style="list-style-type: none"> • Pemodelan profil calon debitur dengan probabilitas kemampuan bayar terbaik • Pemanfaatan A.I. dan machine learning 	
	Contoh data <ul style="list-style-type: none"> • Catatan jumlah pembelian bahan baku dan penjualan; periode transaksi • Dokumen rencana bisnis UMKM, E-Form 	Pola transaksi berdasarkan frekuensi dan besarnya.	<i>Credit scoring</i>	

Tahapan Digital Lender

	Eksperimen	Evaluasi	Pengembangan produk/layanan	Penyediaan produk/layanan pembiayaan dengan kanal digital
	<ul style="list-style-type: none"> Mendesain dan melaksanakan program eksperimen produk/layanan untuk mendapatkan data calon nasabah yang akan digunakan untuk validasi pemodelan profil calon debitur Menawarkan produk/layanan dengan karakteristik jangka pendek dan jumlah <i>disbursement</i> yang kecil dalam volume besar 	Mengukur tingkat akurasi model prediksi kemampuan bayar/akurasi skor kredit	Penyempurnaan/ mendesain produk/layanan dari hasil eksperimen	Produk Pembiayaan Digital bagi UMKM
	Profil nasabah yang dapat dijaring melalui spesifikasi produk/layanan tertentu.	Data yang terkumpul dari eksperimen. Validasi model dari analisis data.	Penajaman <i>ticket size</i> , tenor dan calon debitur.	Produk/layanan dengan fitur yang telah disesuaikan dengan hasil pemodelan dan data riil dari eksperimen.

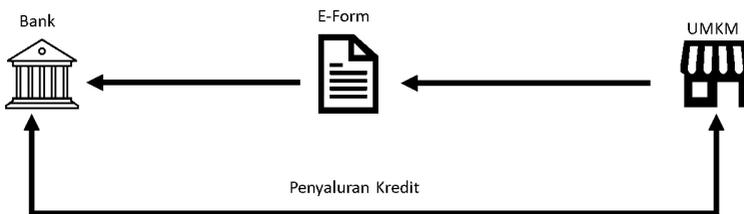
Telah memiliki aset digital	Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> Bermitra dengan <i>e-commerce</i> untuk channeling Memanfaatkan aplikasi akuntansi yang digunakan UMKM 	Strukturisasi Data	<ul style="list-style-type: none"> Analisis individu/<i>merchant e-commerce</i> berdasarkan pola transaksi dan skor yang disediakan oleh <i>e-commerce</i> Pemanfaatan A.I. dan <i>machine learning</i> 	
	Contoh data	<ul style="list-style-type: none"> Data kualitas UMKM, data transaksi <i>e-commerce</i> Data laporan keuangan digital 		Rekomendasi profil calon nasabah individu/UMKM sesuai dengan algoritma yang telah ditentukan dalam A.I. dan atau <i>machine learning</i> .	

6.4 Jenis Model Bisnis Pembiayaan Langsung dan Tidak Langsung

6.4.1. Model Bisnis Pembiayaan Langsung

Model 1: Pembiayaan langsung + e-form

Gambar 34. Model Bisnis Pembiayaan Digital Langsung 1

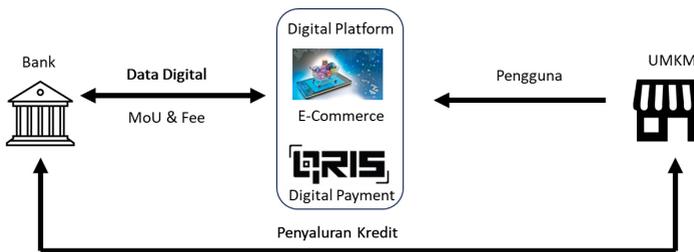


Sumber: Olahan peneliti

<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain produk/ layanan yang terintegrasi dengan platform e-commerce • Menawarkan produk/ layanan dengan karakteristik jangka pendek dan jumlah <i>disbursement</i> yang kecil dalam volume besar 	Mengukur tingkat akurasi model prediksi kemampuan bayar/akurasi skor kredit	Penyempurnaan/ mendesain produk/layanan dari hasil eksperimen	Produk Pembiayaan Digital bagi UMKM
Profil nasabah yang dapat dijaring melalui spesifikasi produk/layanan tertentu.	Data profil nasabah vs data rekomendasi hasil analisis data yang terkumpul. Validasi model dari analisis data.	Desain produk/ layanan yang sudah disesuaikan dengan hasil eksperimen.	Produk/layanan dengan fitur yang telah disesuaikan dengan hasil pemodelan dan data riil dari eksperimen.

Model 2: Pembiayaan langsung + data digital

Gambar 35. Model Bisnis Pembiayaan Digital Langsung 2



Sumber: Olahan peneliti

Model 1	Model 2
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menyalurkan pembiayaan langsung kepada UMKM 2. Proses digital hanya melalui <i>e-form</i> 3. Verifikasi data dikombinasikan: digital maupun tradisional 4. Penyaluran dana dilakukan secara tradisional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menyalurkan pembiayaan langsung kepada UMKM 2. Bank menggunakan data digital sebagai data alternatif <ol style="list-style-type: none"> a. Bekerja sama dengan mitra (<i>e-commerce</i> dan digital platform lain) b. MoU dan <i>fee</i> atas jasa data 3. Penyaluran dana dilakukan secara tradisional

6.4.2. Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung

Model 3: Bank bermitra dengan *fintech*

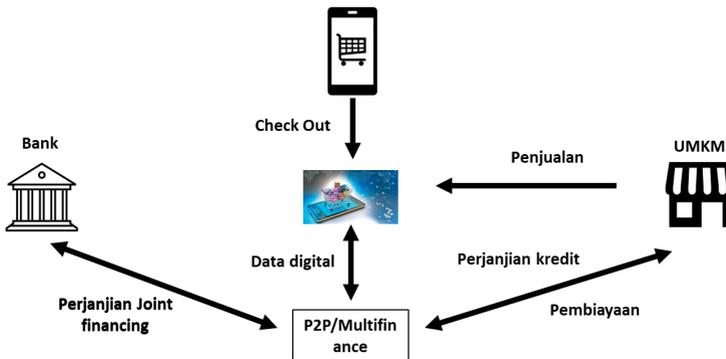
Gambar 36. Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung 1



Sumber: Olahan peneliti

Model 4: Bank bermitra dengan *fintech* dan melibatkan *e-commerce*

Gambar 37. Model Bisnis Pembiayaan Tidak Langsung 2



Sumber: Olahan peneliti

Model 1	Model 2
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank bermitra dengan <i>fintech</i> P2P untuk melakukan joint financing 2. Bank menyiapkan API berbasis RAC yang diintegrasikan dengan API P2P 3. <i>Fintech</i> menyalurkan pembiayaan secara langsung kepada UMKM 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank bermitra dengan <i>fintech</i> untuk melakukan <i>joint financing</i>. 2. P2P menyalurkan pembiayaan melalui <i>e-commerce</i>: <ol style="list-style-type: none"> a. Menggunakan <i>paylater</i> b. Berbasis data transaksi (digital) di <i>e-commerce</i> 3. <i>Database e-commerce</i> digunakan untuk membangun <i>machine learning</i> dan AI

6.5 Karakteristik dan Prasyarat Debitur

Debitur pada model Bisnis ini merupakan UMKM yang berstatus *unbanked*. UMKM *unbankable* merupakan kelompok UMKM yang merasa tidak aman, tidak nyaman dan sulit meminjam ke bank sehingga mereka memilih untuk memiliki kredit finansial pada pilihan lain (Prijadi., et. Al, 2022). Sehingga, pinjaman yang ditawarkan dapat berupa *micro and small tickets*, yaitu dengan jumlah rupiah yang kecil, namun dengan jumlah nasabah/debitur dari segmen ini akan sangat besar. Nilai pinjaman *micro and small tickets* dapat beragam mulai dari ratusan ribu hingga maksimal pada nilai 25 juta rupiah.

Adapun prasyarat dari UMKM pada model bisnis ini merupakan UMKM yang sudah terliterasi digital (*digital literate*), sudah masuk pada ekosistem digital (saluran orientasi digital) atau sudah masuk dalam platform *e-commerce/marketplace*. Dalam hal ini, ekosistem *marketplace* merupakan tempat atau wadah UMKM untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan barang. Hal ini juga sebagai syarat agar UMKM dapat terhubung *partner platform* digital, baik dalam penawaran produk maupun pada proses *disbursement*. UMKM yang dimaksud disini dapat berupa UMKM penjual di *marketplace* yang memerlukan pembiayaan untuk melakukan transaksi mereka.

6.6 Fitur Pembiayaan Digital

Produk	Penilaian Kredit	Sumber data Tambahan	Denda keterlambatan wpembayaran	Implikasi bagi pemberi pinjaman	Implikasi bagi peminjam
Jangka pendek (1,3,6,12 bulan), <i>ticket size</i> kecil (<i>mikro</i>)	Fokus pada <i>willingness to pay</i> dengan penilaian perilaku	Data ponsel, data alternatif yang dapat membantu menilai perilaku nasabah (data <i>fintech</i> , skor alternatif – <i>e-commerce</i> , media sosial, lembaga pengelola informasi perkreditan)	Dampak akses selanjutnya <ul style="list-style-type: none">tidak ada pinjaman selanjutnya dari bank/ <i>fintech</i>Masuk daftar hitam (<i>fintech</i>, biro kredit)	<ul style="list-style-type: none">Interaksi dengan nasabah harus bersifat suportif untuk menjaga bunga tetap tinggi dan mendorong pembayaran kembaliPinjaman yang tidak dapat dibayar selama >60 hari biasanya dihapuskan, atau tindakan hukum selektif dapat diambil sebagai preseden	<ul style="list-style-type: none"><i>Experience</i> yang sepenuhnya digital, keterlibatan dengan provider melalui saluran <i>online</i> (SMS, WhatsApp, aplikasi berbasis web)Perlu memberikan akses data pribadi untuk mendukung penilaian kredit

Jangka waktu lebih panjang, <i>ticket size</i> lebih besar (kecil dan menengah)	Berfokus pada kemampuan membayar (bukti pendapatan dan pengeluaran serta arus kas yang cukup)	'Jejak digital' dari pendapatan bulanan, arus kas, dan pengeluaran (misalnya faktur digital, laporan pajak, rekening koran)	<ul style="list-style-type: none"> • Kerugian finansial langsung (hilangnya jaminan, akses ke inventory, dan lainnya) • Akses selanjutnya (daftar hitam pada lembaga pengelola informasi prekreditasi) 	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian menyeluruh terhadap keterjangkauan nasabah pada awal proses sangatlah penting • Penyelamatan kredit bermasalah sering kali memerlukan tindakan hukum yang berbiaya mahal untuk mendapatkan kembali dana 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengajuan, pencairan, dan pembayaran melalui saluran digital, evaluasi <i>on-site</i> untuk beberapa pemeriksaan fisik • Akses terbatas bagi mereka yang tidak memiliki catatan digital
---	---	---	--	--	--

Sumber: Accion (2018) dengan modifikasi hasil *In-Depth Interview*

6.7 Key Success Factor

1. Peningkatkan pengalaman nasabah yang signifikan dan lebih baik

Pada segmen UMKM dengan *ticket size* kecil, keputusan pemberian kredit dapat diambil oleh nasabah secara instan. Pada *ticket size* yang lebih besar, keputusan pemberian kredit dapat diputuskan dalam 2-5 hari kerja. Manfaat dari proses yang dipercepat (akselerasi) ini mencakup pengalaman nasabah yang unggul dalam hal waktu pengambilan keputusan dan kejelasan informasi terkait prosedur pengajuan, skema pencairan dan pembayaran yang harus dipenuhi oleh nasabah.

2. Pengambilan keputusan yang lebih berkualitas

Bagi bank, keuntungan riil dengan penyaluran kredit/pembiayaan digital adalah penghematan waktu dalam proses bisnisnya. Dengan waktu pengisian data yang lebih cepat melalui aplikasi, data yang terkumpul dengan lebih cepat, serta penggunaan sumber data alternatif yang relevan akan meningkatkan kualitas keputusan yang diambil.

3. Penghematan biaya dari pengelolaan kredit dengan cara digital yang efektif

Dengan pengalaman nasabah yang lebih baik membuat lebih banyak nasabah yang puas sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan bagi bank. Ditambah lagi, dengan sistem layanan digital, bank dapat memberikan layanan

kepada nasabah dalam waktu 24 jam. Bank digital yang memiliki platform teknologi yang modern dapat memiliki basis biaya 60% hingga 70% lebih rendah dibandingkan bank tradisional (D'Agnoluzzo et.al., 2021). Efisiensi tersebut dicapai dengan penggunaan platform teknologi untuk melakukan inovasi produk lebih cepat, adaptif terhadap perubahan peraturan, dan tempat kerja digital.

Untuk bisa menjalankan pembiayaan digital dengan sistem yang cukup kompleks, diperlukan integrasi antara *frontline*, operasi, risiko, *credit decisioning*, *data analytics* dan TI. Yang seringkali menjadi tantangan adalah kolaborasi antar unit-unit tersebut, sehingga memerlukan kepemimpinan *top-down* dan keputusan terkait penentuan prioritas sumber daya. Kepemimpinan *top-down* adalah kunci dalam menetapkan tujuan strategis terkait penggunaan teknologi dan mempercepat upaya digitalisasi. Untuk memulainya, bank dapat melakukan analisis menyeluruh untuk memahami posisi saat ini, hambatan dan tantangan saat ini. Kemudian, menilai manfaat/keuntungan potensial dan menyusun prioritas. Setelah *roadmap* ditetapkan, bank menerapkan pendekatan *agile development* yang berfokus pada *minimum viable product (MVP)* untuk produk atau segmen bisnis tertentu. MVP ini harus bersifat *end-to-end* yang memungkinkan pengujian penuh terhadap kelayakan konsep tersebut. Setelah terbukti, pendekatan MVP ini dapat diterapkan di seluruh bagian di bank. Lebih lanjut, agar program tersebut berhasil, diperlukan kepemimpinan yang merupakan kolaborasi antara divisi bisnis dan divisi risiko. Program transformasi kredit ini memerlukan banyak *stakeholder* yang terlibat. Oleh karena itu, *onboarding*, komunikasi dan keterlibatan yang efektif seluruh *stakeholder* sangatlah penting.

6.8 Kemitraan

Kemitraan merupakan langkah strategis dalam model pembiayaan digital dengan pihak yang memiliki keahlian khusus dan berpengalaman dalam mendukung proses pemberian pinjaman. Kemitraan dapat membantu bank mengakses ke segmen pasar baru, menawarkan produk baru bagi nasabah yang sudah ada, meningkatkan daya saing efisiensi produk dan posisi bank, memperdalam keterlibatan nasabah dan penggunaan produk, dan secara signifikan menghemat biaya dan waktu pemasaran. Tabel berikut menunjukkan jenis kemitraan yang dapat dilakukan oleh bank untuk mendukung aktivitas inti pada tahapan penyaluran pembiayaan digital.

Tabel 14. Mitra potensial dalam pembiayaan digital

	Akuisi Nasabah	Persetujuan dan Analitik	Pencairan dan Pembayaran	Penagihan	Interaksi Nasabah
Mitra potensial	<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-commerce</i> • <i>Supply chain distributors</i> • <i>Retailers/ FMCGs</i> • <i>Payments businesses</i> • <i>Mobile network operators (MNO)</i> • <i>Agency networks</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Alternative data scores</i> • Penyedia pembiayaan digital dengan kemampuan <i>advances scoring</i> • Penyedia layanan asesmen psikometri 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Agency networks</i> • <i>Digital wallets</i> • <i>Mobile network operators</i> • <i>Payment aggregator</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Specialty collections companies</i> • <i>Score providers</i> • <i>Suppliers to applicant, e.g. wholesalers to retailers</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-commerce</i> • <i>Social platforms and applications</i> • <i>Third-party call centers</i> • <i>Marketing specialists</i> • <i>Customer engagement platforms</i>
Manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya akuisis lebih rendah – akses pada segmen yang sudah terseleksi • Digitalisasi data aplikasi • Pengalaman nasabah ditingkatkan dan disederhanakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis canggih dan sangat terspesialisasi yang akan sulit dikembangkan sendiri • Peluang untuk memanfaatkan sumber data tambahan melalui kemitraan <i>fintech</i> • Mengurangi waktu memasarkan produk digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Saluran berbiaya lebih rendah (memanfaatkan jaringan yang ada) • Mengurangi tekanan/ ketergantungan pada kantor cabang, mempromosikan bisnis pedesaan • Dengan cepat mendorong efisiensi operasional 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi tenaga kerja untuk penagihan • Strategi penagihan yang lebih efektif 	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan fitur sosial untuk meningkatkan pengalaman pelanggan • Mendorong peningkatan pengelolaan akun jarak jauh • Membantu peluang <i>cross-selling</i>
Contoh	<ul style="list-style-type: none"> • Bank XYZ bermitra dengan <i>marketplace</i> XXX untuk <i>customer acquisition</i> • Bank ABC bermitra dengan <i>Marketplace</i> PQR 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fintech</i> XXX bermitra dengan Aplikasi Layanan Penilaian Kredit untuk mendukung <i>data scoring</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank XYZ bermitra dengan Dompot Digital XXX 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank XYZ mengoperasikan platform penagihan utang berbasis data yang didukung oleh <i>machine learning</i> 	-

Sumber: Accion (2018) dengan modifikasi hasil *In-Depth Interview*

Dilansir dari Laporan Tahunan Bank IHG 2022, Bank IHG bermitra dengan lebih dari 38 mitra. Para mitra tersebut di antaranya adalah; 3 mitra ekosistem utama, termasuk emiten unicorn, *wealth management*, dan mitra pemberi pinjaman utama seperti layanan kredit tanpa kartu; beberapa mitra *fintech lending*, serta tiga mitra perusahaan sekuritas.

Key Success Factor - Bank XYZ

1. Ekosistem dengan *captive market* yang cukup besar dari sisi *user* dan data yang dapat dihimpun.
2. Kemampuan *credit scoring* berdasarkan *machine learning* atau *big data* yang tersedia.
3. Ketersediaan berbagai sumber untuk verifikasi/validasi berbagai data yang dapat membantu proses penilaian calon debitur, misalnya *database* UMKM, verifikasi data penghasilan, dan lainnya.
4. Kapabilitas digital yang dimiliki oleh bank (i.e. koneksi API, *automated RAC*) untuk dapat memproses transaksi yang bersifat retail dan masif.
5. Proses *risk management bank* yang baik untuk memastikan RAC dan *portfolio monitoring* dapat dilakukan secara berkala dengan upaya yang efisien.
6. Penggunaan AI dan *machine learning* untuk sistem skoring atas kelayakan kredit dari calon nasabah.
7. Penggunaan API antara bank dengan mitra pembayaran yang memungkinkan bank melakukan proses penilaian dan *disbursement* secara *real time* dengan jumlah transaksi yang masif dan retail.

Halaman ini sengaja dikosongkan

Bab 7

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN



1. Pembiayaan digital untuk UMKM pada dasarnya adalah jenis pembiayaan yang seluruh prosesnya di dalamnya telah melibatkan teknologi digital sehingga proses pembiayaan menjadi jauh lebih cepat, lebih efisien, memiliki risiko yang lebih rendah, dan mengakselerasi pertumbuhan UMKM. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari *mixed method* (IDI-FGD dan Survei), UMKM membutuhkan produk pembiayaan yang proses pencairannya cepat, tidak membutuhkan prasyarat maupun proses administrasi yang rumit, dan memiliki beban bunga yang relatif rendah. Proses pembiayaan UMKM tradisional memiliki *gap* dalam menghadirkan ekspektasi tersebut. UMKM telah memiliki persepsi maupun pemahaman yang baik terhadap pembiayaan digital yang disalurkan oleh bank maupun lembaga keuangan non-
2. Bank. Namun, hasil survei menunjukkan bahwa motivasi UMKM – terutama usaha mikro – untuk tumbuh masih sangat rendah sehingga jumlah UMKM yang mengalami peningkatan skala usaha relatif rendah. Hal tersebut membuat mereka merasa cukup dengan *internal fund* yang mereka miliki maupun dana pinjaman informal yang bersumber dari kerabat atau teman sehingga menunjukkan adanya *attitude behavioral gap*. Pemahaman dan persepsi mereka terhadap produk pembiayaan digital baik, namun intensi untuk mendapatkan pembiayaan digital rendah.
3. Dari sisi *supply side*, bank maupun lembaga keuangan nonbank membutuhkan ketersediaan ekosistem digital yang mencakup seluruh proses transaksi dari hulu ke hilir. Pembiayaan digital untuk UMKM akan semakin mudah dilakukan ketika UMKM telah terlibat dalam ekosistem digital seperti memasarkan dan menjual produk melalui *marketplace* atau aplikasi, menerima dan melakukan pembayaran melalui *digital payment*, dan ekosistem digital lainnya. *Supply side* akan mendapatkan data/informasi alternatif yang dapat digunakan lebih lanjut untuk melakukan *risk assessment (scoring)* dan *monitoring* secara lebih cepat dan efisien sehingga dapat mempersingkat proses pencairan dan prasyarat.
4. Beberapa bank telah memulai untuk menawarkan produk pembiayaan digital dengan beberapa pendekatan, antara lain membangun ekosistem digital sendiri yang terintegrasi (*marketplace, payment system, paylater, dan cash loan*), bekerja sama dengan LKNB (*fintech*) untuk akuisisi debitur, bekerja sama dengan *platform* digital milik korporasi (biasanya yang telah bermitra dengan bank), dan melalui aplikasi *mobile banking* yang bank

miliki. Sementara *fintech* menyalurkan pembiayaan digital melalui berbagai pendekatan seperti *peer to peer lending*, *group lending*, dan aneka model bisnis lainnya.

5. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa bank maupun lembaga keuangan nonbank terlebih dahulu membangun sistem manajemen risiko yang sesuai dengan karakteristik pembiayaan digital untuk UMKM. Bagi bank yang bermitra dengan *fintech* maupun korporasi, mereka menetapkan *risk acceptance criteria* terlebih dahulu yang akan digunakan untuk memilih debitur yang berasal dari mitra. Bagi bank yang membangun ekosistem digitalnya sendiri, mereka membangun sistem *credit scoring* dan *monitoring* berbasis AI sehingga dapat memproses data dan informasi secara cepat.
6. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari survei maupun informasi kualitatif, kajian ini menawarkan model bisnis generik yang melibatkan tiga pihak utama dalam proses bisnis pembiayaan digital untuk UMKM, yaitu *consumer/borrower* (UMKM), *digital lender* (bank maupun lembaga keuangan nonbank), dan *digital platform* (multi pihak seperti *marketplace*, *payment system*, lembaga *credit scoring*, dan lain sebagainya). Agar pembiayaan digital dapat berjalan dengan baik, ketiga pihak tersebut harus terkoneksi dalam ekosistem digital.
7. Kementerian/Lembaga sangat berperan penting dalam mendorong implementasi model generik tersebut, yaitu:
 - a. Pemerintah secara umum memiliki kebijakan penyaluran KUR melalui perbankan yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan pembiayaan digital untuk UMKM. Selama ini penyaluran KUR masih menggunakan pendekatan tradisional.
 - b. Kementerian Perdagangan dapat membuat kebijakan yang memperjelas aturan main *e-commerce* di Indonesia sehingga *e-commerce* di Indonesia suportif terhadap UMKM dan memudahkan UMKM terlibat dalam ekosistem digital.
 - c. Kementerian Komunikasi dan Informasi berperan dalam mengatur perlindungan data pribadi yang dibutuhkan oleh *digital lender* untuk menilai kelayakan kredit dan monitoring UMKM.
 - d. Kementerian BUMN berperan dalam mengoptimalkan keterlibatan UMKM dan pembiayaan digital melalui ekosistem BUMN (Bank Hibrida dan nonbank).

- e. Kementerian Koperasi dan UMKM berperan dalam mengembangkan kompetensi dan kapasitas UMKM sehingga siap menerima pembiayaan digital.
- f. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berperan dalam mendorong bank maupun LKNB meningkatkan portfolio pembiayaan UMKM dengan skema digital melalui berbagai POJK yang terintegrasi. Insentif yang bersifat *direct* – misalnya penurunan bobot risiko dalam perhitungan ATMR – kepada perbankan.
- g. Bank Indonesia berperan dalam membuat kebijakan (sistem pembayaran maupun makroprudensial) yang mendorong pertumbuhan pembiayaan digital untuk UMKM.

7.2 Rekomendasi

7.2.1. Kebijakan Implementasi untuk Model Bisnis Pembiayaan Digital

Penelitian ini menunjukkan kuatnya peran sektor privat dalam membangun dan mengembangkan ekosistem pembiayaan digital untuk UMKM. Penyediaan pembiayaan dilakukan dengan cara yang inovatif menggunakan data klasik dan juga alternatif dalam menentukan kelayakan nasabah untuk mendapatkan pembiayaan termasuk didalamnya adalah jumlahnya, besaran cicilannya serta tenornya. Dalam membangun pemodelan penyaluran kredit tersebut, penyedia dana menggunakan *big data analytics* dengan *machine learning* yang memadupadankan input data serta prediksi kemampuan bayar para calon nasabahnya. Pendekatan ini perlu mendapatkan perhatian regulator terutama dalam hal menentukan *risk appetite* penyedia dana. Semakin tinggi *risk appetite* perusahaan/lembaga/institusi pemberi dana, akan semakin longgar kriteria penyaluran dananya. Apabila ini terjadi berkelanjutan dan dalam jumlah yang signifikan, akan timbul risiko gagal bayar secara sistemik pada pemberi dana.

Inti dari bisnis pembiayaan digital ada pada *customer acquisition* yang didapatkan dari kemitraan institusi pembiayaan dengan sesama lembaga pembiayaan dan juga platform ekonomi digital seperti *e-commerce* dan *online retailer*. Calon nasabah yang dinilai memiliki kemampuan bayar akan diberikan tawaran pinjaman melalui kanal digital mitra bank, baik bank digital atau konvensional. Pada proses bisnis semacam ini, terdapat risiko monitoring dari penyalur dana utama, bank digital atau konvensional. Platform digital mitra bank, dalam penelitian kami, dapat menahan informasi kolektabilitas kepada bank yang berujung pada proses monitoring bank yang tidak akurat. Dalam hal ini, regulator perlu merumuskan, menetapkan dan menerapkan kewajiban berbagi data kolektabilitas secara *real-time* dari mitra bank kepada bank sebagai pendana utama. Berbagi data ini juga berlaku apabila bank bekerja sama dengan lembaga keuangan lain seperti *multi-finance* dan juga *fintech*. Rincian rekomendasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Aspek	Pihak Terkait	
	Customer/Pelaku UMKM	Digital Lender
Demand produk pembiayaan digital untuk UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan skala usahanya sehingga dapat naik tingkat ke skala usaha yang lebih besar. • Meningkatkan literasi keuangan maupun literasi digital agar memahami manfaat penggunaan dana eksternal untuk pengembangan usaha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Berperan aktif memberikan tawaran pembiayaan digital kepada UMKM secara langsung maupun tidak langsung. • Pendekatan langsung dilakukan melalui berbagai <i>channel</i> yang dimiliki <i>lender</i> seperti aplikasi <i>mobile banking</i>, sistem internal, kantor cabang, dan lain sebagainya. • Melibatkan pihak ketiga (mitra) baik <i>fintech</i> maupun lembaga nonjasa keuangan yang memiliki akses langsung kepada UMKM.
Supply produk pembiayaan digital untuk UMKM	Meningkatkan aktivitas usahanya di berbagai <i>platform digital</i> agar mudah diakses oleh <i>digital lender</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat model bisnis pembiayaan digital untuk UMKM yang mudah dan cepat. • Membangun ekosistem digital yang mengintegrasikan seluruh proses bisnis dari mulai transaksi usaha, penilaian, pemberian pembiayaan, hingga monitoring, atau: • Bekerja sama dengan mitra strategis yang memudahkan bank maupun LKNB untuk menyalurkan pembiayaan digital untuk UMKM. • Mengembangkan sistem berbasis <i>artificial intelligence (AI)</i> untuk membantu <i>lender</i> menganalisis perilaku dan kelayakan kredit UMKM.

Pihak Terkait	
<i>Partner Platform</i>	Regulator/Pemerintah
<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kerjasama dengan bank maupun <i>fintech</i> dalam menyediakan akses dana kredit kepada UMKM. • Menerapkan AI dalam menentukan UMKM yang layak untuk mendapatkan kredit. • Mempermudah UMKM untuk menggunakan berbagai layanan digital berbasis <i>platform</i> seperti <i>e-commerce</i> dan <i>digital payment</i>. 	<p>Kementerian Koperasi dan UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan motivasi UMKM untuk tumbuh dan berkembang sehingga skala usahanya meningkat. • Memfasilitasi UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan maupun digital.
<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah bank maupun LKNB untuk bekerja sama dengan <i>partner platform</i>, terutama dalam menawarkan pembiayaan digital kepada UMKM. • Menyediakan data alternatif yang dapat digunakan oleh bank dan LKNB untuk menilai kelayakan kredit. • Menjadi aggregator yang mengintegrasikan <i>marketplace</i>, <i>digital payment</i>, dan <i>digital lending</i> dalam satu platform. 	<p>Kementerian Kominfo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat kebijakan maupun peraturan terkait penggunaan data pribadi konsumen untuk kepentingan penilaian kelayakan kredit. <p>Kementerian BUMN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mendorong BUMN untuk melibatkan UMKM dalam pengadaan barang-jasa di lingkungan UMKM. • Mendorong Bank Himbara meningkatkan penyaluran pembiayaan digital untuk UMKM. • Mendorong kolaborasi antara Bank Himbara dan BUMN untuk membangun ekosistem digital dalam rangka pembiayaan digital untuk UMKM. <p>Bank Indonesia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat kebijakan yang memudahkan UMKM menggunakan sistem pembayaran digital secara murah dan mudah. • Memberikan insentif moneter kepada bank yang menyalurkan pembiayaan digital untuk UMKM. <p>Otoritas Jasa Keuangan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat aturan terkait penyaluran kredit UMKM, termasuk kredit dengan skema digital. • Membuat aturan atau panduan manajemen risiko bagi bank maupun LKNB untuk pembiayaan/kredit UMKM.

Aspek	Pihak Terkait		
	Customer/Pelaku UMKM	Digital Lender	
Kerangka regulasi			
Sharing data dan Infrastruktur Digital		<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong berbagi data kredit antara lembaga keuangan untuk meningkatkan penilaian kelayakan kredit (<i>credit scoring</i>) UMKM. 	
Peningkatan kapasitas UMKM		<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelatihan dan program pengembangan kapasitas bagi UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM dan kemampuan untuk menggunakan platform <i>fintech</i> maupun digital lainnya dengan efektif. 	
Manajemen risiko		<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki <i>risk acceptance criteria</i> yang dapat diintegrasikan dengan mitra dalam rangka menjaring calon debitur UMKM. • Membangun sistem <i>credit scoring</i> berbasis AI yang memanfaatkan data digital. • Membangun mekanisme pembagian risiko atau skema jaminan untuk mendorong lembaga keuangan tradisional bermitra dengan perusahaan <i>fintech</i> dalam memberikan pinjaman kepada UMKM. • Mempromosikan penggunaan asuransi kredit untuk melindungi risiko gagal bayar kredit UMKM. 	

		Pihak Terkait
	<i>Partner Platform</i>	Regulator/Pemerintah
		<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan insentif kepada bank yang memiliki portfolio kredit UMKM besar – misalnya melalui penetapan bobot risiko pada perhitungan ATMR. • Mengoptimalkan berbagai kebijakan maupun aturan yang berpihak kepada untuk LKNB – terutama <i>fintech</i> seperti penetapan bunga kredit, persyaratan kredit, dan lain sebagainya.
		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat kerangka regulasi yang jelas dan fleksibel yang mendorong inovasi dalam <i>fintech</i> sekaligus memastikan perlindungan konsumen dan stabilitas keuangan. • Mendirikan <i>regulatory sandbox</i> untuk memungkinkan perusahaan <i>fintech</i> menguji produk dan layanan baru dalam lingkungan yang terkendali.
		<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan investasi untuk membangun infrastruktur digital, termasuk akses <i>broadband</i>, untuk memperluas jangkauan layanan <i>fintech</i> ke daerah-daerah yang saat ini kurang terlayani.
		<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan program untuk membantu perusahaan <i>fintech startup</i> dan UMKM mengakses mentor, panduan, dan peluang jaringan.

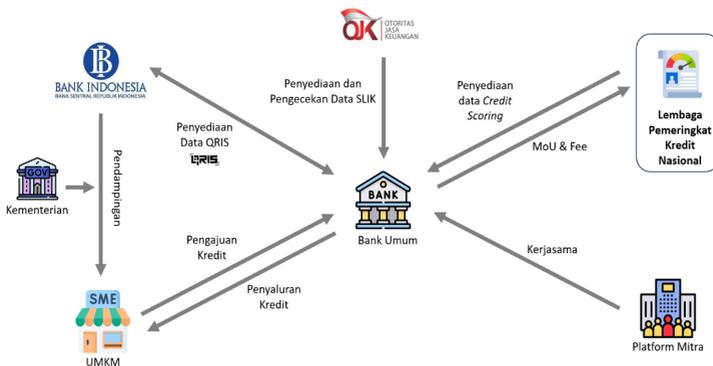
Aspek	Pihak Terkait		
	Customer/Pelaku UMKM	Digital Lender	
Dukungan pemerintah			
Identitas digital dan KYC		<ul style="list-style-type: none"> Mengembangkan sistem identitas digital yang kuat untuk menyederhanakan proses "Know Your Customer" (KYC) dan mengurangi gesekan saat pendaftaran UMKM di platform <i>fintech</i> 	
Kolaborasi dalam membangun ekosistem digital	Mendorong kerja sama antara bank, perusahaan <i>fintech</i> , dan UMKM untuk menciptakan ekosistem keuangan yang komprehensif.		
		Membantu dalam membentuk kemitraan antara platform <i>fintech</i> dan asosiasi industry yang fokus pada UMKM	
Perlindungan konsumen			
Pemantauan dan Evaluasi		Memantau dan mengevaluasi dampak pembiayaan UMKM yang menggunakan skema digital dan melakukan penyesuaian berdasarkan data yang diperoleh pada kebijakan dan regulasi, jika diperlukan.	

		Pihak Terkait
	<i>Partner Platform</i>	Regulator/Pemerintah
		<ul style="list-style-type: none"> • Pertimbangkan untuk membuat dana yang dijamin pemerintah untuk memberikan modal atau jaminan kepada platform <i>fintech</i>, yang memungkinkan mereka memberikan lebih banyak pinjaman kepada UMKM. • Memberikan insentif pajak kepada investor <i>fintech</i> maupun <i>startup</i> yang fokus pada pembiayaan untuk UMKM.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong solusi identitas digital yang aman dan dapat dioperasikan dan dapat digunakan di berbagai layanan keuangan. 	
		Menetapkan langkah-langkah perlindungan konsumen, termasuk penetapan harga yang transparan dan mekanisme penyelesaian sengketa, untuk memastikan perlakuan adil terhadap UMKM yang menggunakan layanan <i>fintech</i> .

7.2.2. Model Generik Inovasi Pembiayaan Digital UMKM

Gambar berikut merupakan model generik dari Inovasi Pembiayaan Digital dari beberapa pihak. Sebagaimana menilik *benchmark best practices* negara lain, maka pada rekomendasi model bisnis pembiayaan digital ini, terdapat suatu Lembaga Pemeringkat Kredit Nasional yang akan memberikan peringkat kredit individu, dimana data yang didapatkan ialah berupa data konvensional dan data alternatif. Lembaga ini dikelola oleh pemerintah. Dalam hal ini, regulator perlu merumuskan, menetapkan dan menerapkan kewajiban berbagi data kolektabilitas secara *real-time* dari berbagai pihak.

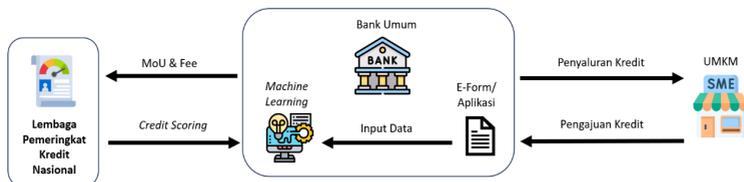
Gambar 38. Model Generik Inovasi Pembiayaan Digital



Sumber: Olahan peneliti

Kemudian, gambar di bawah ini juga memperlihatkan model bisnis pembiayaan digital dari UMKM ke Bank Umum. Bank Umum dapat memanfaatkan layanan sosial dari Lembaga Pemeringkat Kredit Nasional milik Pemerintah.

Gambar 39. Model Bisnis Pembiayaan Digital untuk UMKM oleh Bank Umum



Halaman ini sengaja dikosongkan

Daftar Referensi

- Allica Bank. (2022). Allica Bank Annual Report 2022. <https://www.allica.bank/about-us>
- Ant Group. About us. Ant Group - Our History. <https://www.antgroup.com/en/>
- Bahillo, J. A., Gerhard, F., Harlalka, A., Havas, A., & Kremer, A. (2022). How banks can reimagine lending to small and medium-size enterprises. McKinsey Global Institute. Diakses dari <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/how-banks-can-reimagine-lending-to-small-and-medium-size-enterprises>
- Banna, H., Kabir Hassan, M., & Rashid, M. (2021). *Fintech*-based financial inclusion and bank risk-taking: Evidence from OIC countries. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101447>
- Bartlett, R., Morse, A., Stanton, R., & Wallace, N. (2022). Consumer-lending discrimination in the *FinTech* Era. *Journal of Financial Economics*, 143(1), 30–56. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.05.047>
- Beck, T., Chen, T., Lin, C., & Song, F. M. (2016). Financial innovation: The Bank LMNght and the dark sides. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.06.012>
- Begley, T. A., & Srinivasan, K. (2022). Small Bank Lending in the Era of *Fintech* and Shadow Banks: A Sideshow? *The Review of Financial Studies*, 35(11), 4948–4984. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhac038>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of banking & finance*, 22(6–8), 613–673.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2002). Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organisational structure. *The economic journal*, 112(477), F32–F53.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for

- SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945-2966.
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9) doi:10.1016/j.telpol.2019.101828
- BPS (2023). Industri Besar dan Sedang. <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html> diakses pada 14 Juni 2023
- Cavalluzzo, K. S., & Cavalluzzo, L. C. (1998). Market Structure and Discrimination: The Case of Small Businesses. In *Source: Journal of Money, Credit and Banking* (Vol. 30, Issue 4). <https://www.jstor.org/stable/2601128>
- CBI Team. "Kabbage Profile". *cbinsights.com*, retrieved 15 Juni 2023, <https://www.cbinsights.com/company/kabbage/financials>
- Chen, M. A., Wu, Q., & Yang, B. (2019). How Valuable Is *FinTech* Innovation? In *Review of Financial Studies* (Vol. 32, Issue 5, pp. 2062–2106). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhy130>
- Chin, J., and Wong, Gillian., (2019). China's New Tool for Social Control: A Credit Rating for Everything. *The Wall Street Journal*.
- Craig, B. R., Jackson, W. E., & Thomson, J. B. (2008). Credit market failure intervention: Do government sponsored small business credit programs enrich poorer areas?. *Small Business Economics*, 30, 345–360.
- D'Agnoluzzo, V., Gautheron, P., dan Breeden, S. (2021). What Makes Digital Attacker Banks So Efficient? <https://www.bain.com/insights/what-makes-digital-attacker-banks-so-efficient-infographic/>
- Erel, I., & Liebersohn, J. (2022). Can *FinTech* reduce disparities in access to finance? Evidence from the Paycheck Protection Program. *Journal of Financial Economics*, 146(1), 90–118. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2022.05.004>
- Fintech* Connections. "10 *Fintechs* that are affecting SME lending". *fintechshowcase.com.au*, 23 Februari 2023, <https://fintechshowcase.com.au/2023/02/23/10-fintechs-that-are-affecting-sme-lending/>
- Fintech* Finance News Team. "Kabbage". *ffnews.com*, retrieved from 15 Juni 2023, <https://ffnews.com/companies/kabbage/>

- Fung, D. W. H., Lee, W. Y., Yeh, J. J. H., & Yuen, F. L. (2020). Friend or foe: The divergent effects of *FinTech* on financial stability. *Emerging Markets Review*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100727>
- Future Readiness of SMEs and Mid-Sized Companies: A Year On. (2022). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/future-readiness-of-smes-and-mid-sized-companies-a-year-on/>
- Galetovic, A., & Sanhueza, R. (2006). Fogape: an economic analysis. Santiago.
- Gropp, R., Gruendl, C., & Guettler, A. (2014). The impact of public guarantees on bank risk-taking: Evidence from a natural experiment. *Review of Finance*, 18(2), 457-488.
- Gopal, M., & Schnabl, P. (2022). The Rise of Finance Companies and *FinTech* Lenders in Small Business Lending. *The Review of Financial Studies*. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhac034>
- Huang, Y., Zhang, L., Li, Z., Qiu, H., Sun, T., & Wang, X. (2020). *Fintech* Credit Risk Assessment for SMEs: Evidence from China. IMF Working Paper. Diakses dari Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2020/09/25/Fintech-Credit-Risk-Assessment-for-SMEs-Evidence-from-China-49742>
- Horváth D, Szabó RZ (2019) Driving forces and barriers of Industry 4.0: do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? *Technol Forecast Soc Change* 146:119–132. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>
- Huld, A. (2022). Building a High-Trust Society Through the Social Credit System. *China Briefing*. <https://www.china-briefing.com/news/building-a-high-trust-society-through-the-social-credit-system/#detectingandmitigatingfinancialrisksHeader>
- International Finance Corporation. (2018). "Financing India's MSMEs: Estimation of Debt Requirement of MSMEs in India". World Bank.
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2023). KUMKM Dalam Angka. <https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?zUL35PggilP0EzENLsoZwFZtjXbkYYn3XlvqpvaeYk86JNKAj1>
- Kene-Okafor, Tage. "South African digital lender Lulalend to launch banking product off the back of \$35M Series B". *Techcrunch.com*, 1 February 2023, <https://techcrunch.com/2023/02/01/south-african-digital-lender-lulalend-to-launch-banking-product-off-the-back-of-35m-series-b/>

- Khoso, Mikal. (2023). Konfio: Lending to Mexico's 4.4m SMEs. <https://www.reademergent.com/p/konfio-lending-to-mexicos-44m-smes>
- Le-Dain, MA., Benhayoun, L., Matthews, J. et al. Barriers and opportunities of digital servitization for SMEs: the effect of smart Product-Service System business models. *Serv Bus* 17, 359–393 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11628-023-00520-4>
- Liu, L., & He, J. (InPress). Does *Fintech* Ease Financing Constraints for SMEs? Based on the Empirical Data of 593 SMEs. *Finance Research Letters*, 103870.
- Lin, C., Ma, C., Sun, Y., & Xu, Y. (2021). The telegraph and modern banking development, 1881–1936. *Journal of Financial Economics*, 141(2), 730–749. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.04.011>
- Lin, A., Peng, Y., & Wu, X. (2022). Digital finance and investment of micro and small enterprises: Evidence from China. *China Economic Review*, 75, 101846.
- Lyons, A. C., Kass-Hanna, J., & Fava, A. (2022). *Fintech* development and savings, borrowing, and remittances: A comparative study of emerging economies. *Emerging Markets Review*, 51. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100842>
- Marcon É, Marcon A, Le Dain MA (2019). Barriers for the digitalization of servitization. *Procedia CIRP* 83:254–259
- Mastropietro, F., & Blini, L. (2022). Why digital lending is the future for banks and SMEs. https://www.ey.com/en_sy/financial-services-emeia/why-digital-lending-is-the-future-for-banks-and-smes
- Molinillo S, Japutra A (2017) Organizational adoption of digital information and technology: a theoretical review. *Bottom Line* 30:33–46
- Mittal S, Khan MA, Romero D, Wuest T (2018) A critical review of smart manufacturing & industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium sized enterprises. *J Manuf Syst* 49:194–214
- Murinde, V., Rizopoulos, E., & Zachariadis, M. (2022). The impact of the *FinTech* revolution on the future of banking: Opportunities and risks. *International Review of Financial Analysis*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102103>

- Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994). The Benefits of Lending Relationships: Evidence from Small Business Data. *The Journal of Finance*, 49(1), 3–37. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1994.tb04418.x>
- Phan, D. H. B., Narayan, P. K., Rahman, R. E., & Hutabarat, A. R. (2020). Do financial technology firms influence bank performance? *Pacific Basin Finance Journal*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.101210>
- Riding, A. L., & Haines Jr, G. (2001). Loan guarantees: Costs of default and benefits to small firms. *Journal of business venturing*, 16(6), 595–612.
- Qorus. (2022). Banking Innovation of the Month: Banco Pichincha's digital microcredit. <https://www.qorusglobal.com/content/17825-banking-innovation-of-the-month-banco-pichinchas-digital-microcredit>
- Qorus. (2023). Reinventing financial services for SMEs: Allica Bank. <https://www.qorusglobal.com/content/17986-reinventing-financial-services-for-smes-allica-bank>
- Roman, A., & Rusu, V. D. (2022). Digital technologies and the performance of small and medium enterprises. *Studies in Business and Economics*, 17(3), 190-203. doi:10.2478/sbe-2022-0055
- Prijadi, R., Wulandari, P., Pinagara, F. A., & Desiana, P. M. (2022). The Dynamics of Micro and Small Enterprises (MSE) toward Bankability with Coronavirus Pandemic Adjustment. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 193.
- SME Finance Forum. (2022). <https://www.smefinanceforum.org/post/usd-2-million-funding-for-sme-digital-lender-aspiria-in-mexico>
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American economic review*, 71(3), 393-410.
- Thakor, A. v. (2020). *Fintech* and banking: What do we know? *Journal of Financial Intermediation*, 41. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>
- The Economic Times Team. "Fintech startup Neogrowth raises \$10 million debt from Microvest Capital". [economictimes.indiatimes.com](https://economictimes.indiatimes.com/tech/funding/neogrowth-raises-10-million-debt-from-microvest-capital/articleshow/97054935.cms?from=mdr), 17 Januari 2023, <https://economictimes.indiatimes.com/tech/funding/neogrowth-raises-10-million-debt-from-microvest-capital/articleshow/97054935.cms?from=mdr>

- Wilcox, J. A., & Yasuda, Y. (2019). Government guarantees of loans to small businesses: Effects on banks' risk-taking and non-guaranteed lending. *Journal of Financial Intermediation*, 37, 45-57.
- Yang, T., & Zhang, X. (2022). *FinTech* adoption and financial inclusion: Evidence from household consumption in China. *Journal of Banking and Finance*, 145. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106668>
- Zhang, Y., Zhang, G., Liu, L., de Renzis, T., & Schmiedel, H. (2019). Retail payments and the real economy. *Journal of Financial Stability*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2019.100690>
- Zhang-Zhang, Y., Rohlfer, S., & Rajasekera, J. (2020). An Eco-systematic View of Cross-Sector *Fintech*: The Case of Alibaba and Tencent. *Sustainability* 12, no. 21: 8907. <https://doi.org/10.3390/su12218907>

Halaman ini sengaja dikosongkan

Lampiran

LAMPIRAN PANDUAN WAWANCARA DAN KUESIONER



1. Panduan Wawancara Pengamat/Akademisi

Tujuan Wawancara: analisis peran antar pihak, ekosistem yang diperlukan, risiko, dan mitigasi dalam implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital, termasuk upaya dan insentif yang diperlukan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis tersebut

Pendahuluan:

Terima kasih telah setuju untuk berpartisipasi dalam wawancara ini. Kami sedang melakukan penelitian tentang model pembiayaan digital yang digunakan oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan wawasan dan memahami pengalaman Ibu/Bapak dengan pembiayaan *fintech*. Masukan Ibu/Bapak akan sangat berharga dalam mengidentifikasi kebutuhan dan harapan UMKM terkait pembiayaan digital.

Harap dicatat bahwa semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk tujuan penelitian.

Penutup:

Terima kasih banyak atas partisipasi dan wawasan berharga yang Ibu/Bapak berikan. Masukan Ibu/Bapak akan sangat berkontribusi dalam penelitian kami tentang model pembiayaan digital untuk UMKM. Jika ada informasi tambahan yang ingin Ibu/Bapak bagikan atau jika Ibu/Bapak memiliki pertanyaan, silakan beritahu kami.

No	Pertanyaan	Ceklis
Bagian 1: Informasi Latar Belakang		
1.	Mohon berkenan untuk memperkenalkan diri dan memberikan beberapa informasi latar belakang tentang keterlibatan Ibu/Bapak dengan UMKM?	
2.	Berapa lama Ibu/Bapak telah aktif dalam kegiatan UMKM?	
3.	Menurut Ibu/Bapak, apa tantangan UMKM di Indonesia?	
Bagian 2: Memahami Pembiayaan <i>Fintech</i>		
4.	Bagaimana pandangan Ibu/Bapak tentang pendanaan UMKM di Indonesia?	
5.	Apa pendapat Ibu/Bapak mengenai pembiayaan digital yang disediakan oleh perusahaan <i>fintech</i> ?	
6.	Menurut Ibu/Bapak, apa keunggulan pembiayaan <i>fintech</i> daripada lembaga keuangan tradisional?	

- 7 Apa yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan *fintech* atau platform tertentu dalam hal pembiayaan UMKM?
- 8 Apakah tantangan atau kesulitan UMKM untuk menggunakan pembiayaan *fintech*?

Bagian 3: Penawaran dan Permintaan Pembiayaan Digital

- 9 Dari sudut pandang Ibu/Bapak, jenis bank atau lembaga keuangan non-bank apa yang aktif terlibat dalam pembiayaan digital di Indonesia?
- 10 Bisakah Ibu/Bapak menjelaskan jenis kredit atau opsi pembiayaan digital tertentu yang tersedia untuk UMKM melalui perusahaan *fintech*?
- 11 Menurut Ibu/Bapak, fitur atau karakteristik khusus apa dari pembiayaan *fintech* yang sangat bermanfaat bagi UMKM?
- 12 Apa prasyarat atau persyaratan yang harus dipenuhi UMKM untuk dapat mengakses pembiayaan digital dari perusahaan *fintech*?
- 13 Menurut pendapat Ibu/Bapak, faktor-faktor utama apa yang mempengaruhi penawaran opsi pembiayaan digital untuk UMKM di Indonesia?
- 14 Bisakah Ibu/Bapak menjelaskan jenis kredit atau opsi pembiayaan digital tertentu yang tersedia untuk UMKM melalui perusahaan *fintech*?

Bagian 4: Kebutuhan dan Harapan UMKM

- 15 Apa alasan utama atau kebutuhan yang mendorong UMKM mencari pembiayaan digital?
- 16 Bisakah Ibu/Bapak menjelaskan kebutuhan dan harapan khusus yang dimiliki UMKM di sektor perdagangan, manufaktur, dan pertanian dalam hal pembiayaan digital?
- 17 Apakah ada fitur atau aspek khusus dari pembiayaan digital yang penting bagi Ibu/Bapak sebagai UMKM di sektor Ibu/Bapak?

Bagian 5: Rekomendasi dan Umpan Balik

- 18 Berdasarkan pengalaman Ibu/Bapak dengan pembiayaan *fintech*, apakah Ibu/Bapak memiliki saran atau rekomendasi untuk meningkatkan ekosistem pembiayaan digital bagi UMKM di Indonesia?
- 19 Apakah ada umpan balik atau informasi tambahan yang ingin Ibu/Bapak berikan mengenai pengalaman Ibu/Bapak dengan pembiayaan digital?

2. Panduan Wawancara (Bank & Non-Bank)

Tujuan Wawancara :

1. Mengidentifikasi peran antar pihak
2. Ekosistem yang diperlukan
3. Mengidentifikasi risiko kredit dan mitigasi dalam implementasi model bisnis pembiayaan digital,
4. Mengidentifikasi upaya dan insentif/kebijakan yg diharapkan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan
5. Mengidentifikasi Model Bisnis Pembiayaan Digital (Model Bisnis Canvas)

Pendahuluan:

1. Interviewer memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan wawancara :
 - a. Terima kasih telah berkenan untuk berpartisipasi dalam wawancara untuk kajian dengan judul Inovasi Model Bisnis Pembiayaan Digital kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) , yang dilakukan Bank Indonesia bekerjasama dengan Universitas Indonesia.
 - b. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi dan memahami pengalaman Ibu/Bapak dalam memperoleh pembiayaan secara digital, baik melalui lembaga keuangan bank dan non bank (misalkan *fintech*). Hasil dari kajian ini akan dipergunakan untuk menyusun model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM dan merekomendasikan implementasi model bisnis pembiayaan digital yang sesuai bagi UMKM.
 - c. Sehubungan dengan hal tersebut, masukan Ibu/Bapak akan sangat berharga dalam mengidentifikasi kebutuhan dan harapan UMKM dalam memperoleh pembiayaan secara digital.
 - d. Dapat kami informasikan bahwa semua informasi secara individual akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk tujuan penelitian.
 - e. Pastikan pewawancara memahami bahwa fokusnya adalah menganalisis peran antar pihak, ekosistem yang diperlukan, risiko, dan strategi mitigasi yang terkait dengan implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital.
 - f. Tekankan tujuan untuk mengidentifikasi upaya dan insentif yang diperlukan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis tersebut

No	Pertanyaan	Ceklis
Bagian 1: Analisis Peran Antar Pihak		
1	Pihak mana sajakah yang terlibat dalam implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital? (misalnya, bank, peminjam, regulator, penyedia teknologi, dll.)	
2	Apa peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam model bisnis ini?	
3	Bagaimana peran-peran ini berbeda dari model pembiayaan tradisional?	
4	Apa tantangan atau peluang yang muncul dari peran antar pihak ini, dan bagaimana cara mengatasinya?	
Bagian 2: Ekosistem yang Diperlukan		
5	Apa saja komponen utama dari ekosistem yang diperlukan untuk mendukung model bisnis inovasi pembiayaan digital?	
6	Bagaimana ekosistem ini berbeda dari ekosistem pembiayaan tradisional?	
7	Apakah ada teknologi atau infrastruktur khusus yang diperlukan agar model bisnis ini berjalan dengan lancar? (<i>Credit rating system?; Analytics?; lainnya?</i>)	
8	Apa hambatan dalam membangun dan memelihara ekosistem yang diperlukan, dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?	
9	Key Success Factor keberhasilan pembiayaan digital	
Bagian 3: Risiko dan Mitigasi		
9	Apa risiko utama dalam implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital?	
10	Bagaimana risiko-risiko ini dibandingkan dengan model pembiayaan tradisional?	
11	Strategi atau langkah apa yang dapat diambil untuk secara efektif mengurangi risiko-risiko ini?	
12	Apakah ada pertimbangan hukum atau regulasi yang harus diperhatikan untuk memastikan kepatuhan dan mitigasi risiko dalam konteks ini?	
Bagian 4: Upaya dan Insentif untuk Mengakselerasi Penyaluran Kredit/ Pembiayaan		
14	Upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk mempercepat proses penyaluran kredit/pembiayaan dalam model bisnis inovasi pembiayaan digital?	

- 15 Apakah terdapat tantangan atau hambatan khusus yang dapat menghambat percepatan penyaluran kredit/pembiayaan, dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?
- 16 Apakah terdapat kebijakan/insentif, baik bagi lembaga keuangan maupun peminjam, yang dapat diberikan untuk mendorong adopsi dan pemanfaatan model bisnis ini?
- 17 Bagaimana kolaborasi antara pihak-pihak yang berbeda dapat ditingkatkan untuk mempercepat penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis ini?

Bagian 5: Identifikasi Model Bisnis

18. Bagaimana mekanisme penyaluran kredit secara digital di lembaga Saudara (identifikasi proses penyalurannya)
19. Kredit/pembiayaan yang disalurkan untuk pembiayaan digital :
 - a. Jenis kredit
 - b. *Range* nominal pembiayaan
 - c. Tenor/jangka waktu
 - d. Suku bunga

Bagian 6: Business Model Canvas - Proposisi Nilai

- 20 Apa kebutuhan dan tantangan pembiayaan yang spesifik yang dihadapi UKM menurut pengalaman Anda?
- 21 Bagaimana lembaga keuangan dapat menciptakan proposisi nilai yang mengatasi kebutuhan dan tantangan tersebut secara efektif?
- 22 Apa faktor-faktor utama yang membedakan solusi pembiayaan untuk UKM dengan solusi untuk perusahaan yang lebih besar?
- 23 Bagaimana proposisi nilai dapat diselaraskan dengan tujuan pertumbuhan dan kebutuhan keuangan UMKM?

Bagian 7: Business Model Canvas - Segmen Pelanggan

- 24 Siapa segmen pelanggan target untuk pembiayaan UKM di lembaga Anda?
- 25 Bagaimana segmen pelanggan ini dapat didefinisikan berdasarkan industri, tahap pertumbuhan, atau kriteria relevan lainnya?
- 26 Apa karakteristik dan preferensi khusus dari setiap segmen pelanggan yang perlu dipertimbangkan dalam merancang solusi pembiayaan?
- 27 Bagaimana model pembiayaan dapat disesuaikan untuk memenuhi persyaratan unik dari setiap segmen pelanggan dengan efektif?

Bagian 8: Business Model Canvas- Kemitraan Kunci

- 28 Apa kemitraan strategis yang potensial yang dapat dibangun untuk mendukung pembiayaan UKM?

- 29 Bagaimana kerjasama dengan pihak eksternal, seperti penyedia teknologi atau asosiasi industri, dapat meningkatkan model pembiayaan?
- 30 Apakah ada kemitraan atau jaringan yang sudah ada yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat ekosistem pembiayaan UKM?
- 31 Bagaimana kemitraan-kemitraan ini dapat membantu dalam mengurangi risiko dan meningkatkan akses terhadap sumber daya bagi UKM?

Bagian 9: Business Model Canvas- Aktivitas dan Sumber Daya Kunci

- 32 Apa aktivitas dan sumber daya yang diperlukan untuk memberikan layanan pembiayaan kepada UKM dengan efektif?
- 33 Bagaimana teknologi dan solusi digital dapat dimanfaatkan untuk memperlancar proses pembiayaan dan meningkatkan efisiensi operasional?
- 34 Apakah ada keterampilan atau keahlian khusus yang penting untuk implementasi yang sukses dari model pembiayaan untuk UKM?
- 35 Bagaimana alokasi sumber daya dapat dioptimalkan untuk memastikan efisiensi biaya dan skalabilitas solusi pembiayaan?

Bagian 10: Business Model Canvas- Arus Pendapatan dan Struktur Biaya

- 36 Apa arus pendapatan yang potensial yang dapat dihasilkan dari pembiayaan UKM?
- 37 Bagaimana struktur harga dan biaya dapat dirancang untuk memastikan profitabilitas sekaligus tetap kompetitif bagi UKM?
- 38 Apa elemen biaya utama yang terkait dengan penyediaan layanan pembiayaan kepada UKM, dan bagaimana cara mengelolanya dengan efektif?
- 39 Apakah ada pendekatan inovatif atau model pendapatan alternatif yang dapat dipertimbangkan untuk memaksimalkan keberlanjutan keuangan dari model pembiayaan?

Kesimpulan

1. Ringkaslah poin-poin utama yang dibahas selama wawancara.
2. Tanyakan kepada pewawancara apakah ada hal lain yang ingin ditambahkan atau wawasan tambahan yang dapat diberikan mengenai tujuan penelitian.
3. Ucapkan terima kasih kepada pewawancara atas waktu dan partisipasinya dalam wawancara.

3. Panduan Wawancara UMKM

Tujuan Wawancara:

1. Mengidentifikasi model bisnis pembiayaan digital dilihat dari sisi *demand*/persepsi UMKM
2. Mengidentifikasi analisis peran antar pihak,
3. Ekosistem yang diperlukan,
4. Risiko, dan mitigasi dalam implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital, termasuk upaya dan insentif yang diperlukan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis tersebut

Pendahuluan:

1. Terima kasih telah berkenan untuk berpartisipasi dalam wawancara untuk kajian dengan judul Inovasi Model Bisnis Pembiayaan Digital kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) , yang dilakukan Bank Indonesia bekerjasama dengan Universitas Indonesia.
2. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi dan memahami pengalaman Ibu/Bapak dalam memperoleh pembiayaan secara digital, baik melalui lembaga keuangan bank dan non bank (misalkan *fintech*). Hasil dari kajian ini akan dipergunakan untuk menyusun model bisnis generik pembiayaan digital kepada UMKM dan merekomendasikan implementasi model bisnis pembiayaan digital yang sesuai bagi UMKM.
3. Sehubungan dengan hal tersebut, masukan Ibu/Bapak akan sangat berharga dalam mengidentifikasi kebutuhan dan harapan UMKM dalam memperoleh pembiayaan secara digital.
4. Dapat kami informasikan bahwa semua informasi secara individual akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk tujuan penelitian.

Penutup:

Terima kasih banyak atas informasi berharga yang Ibu/Bapak berikan. Masukan Ibu/Bapak akan sangat berkontribusi dalam penelitian kami tentang model pembiayaan digital untuk UMKM. Jika ada informasi tambahan yang ingin Ibu/Bapak bagikan atau jika Ibu/Bapak memiliki pertanyaan kami persilahkan.

No	Pertanyaan	Ceklis
----	------------	--------

Bagian 1: Profil UMKM dan Kebutuhan Kredit/Pembiayaan

1. Profil UMKM :
 - a. Nama UMKM
 - b. Alamat
 - c. No Telepon
 - d. Nama Usaha :
 - e. Sektor/usaha (contoh: Pertanian/pengolahan cabai)
 - f. Lama Usaha :
 - g. Badan Hukum/Kelembagaan
 - h. Skala Usaha (Mikro/Kecil/Menengah)
 - i. Omset/th :
 - j. Pasar (domestik, ekspor, atau domestik dan ekspor)
2. Kebutuhan Kredit /Pembiayaan
 - a. Apakah Saudara saat ini memperoleh pembiayaan secara digital dari lembaga keuangan (ya/tidak). Apabila iya, apakah dari lembaga Keuangan Bank atau non bank (contoh: *fintech*)?
 - b. Plafon yang diajukan (Rp) :
 - c. Plafon yang direalisasikan (Rp) :
 - d. Jenis Kredit (modal Kerja/Investasi/Ekspor dll) :
 - e. *Outstanding* Pinjaman (Rp) :
 - f. Jangka Waktu (bulan atau tahun)
 - g. Suku Bunga (%) :
3. Apakah Ibu/Bapak pernah mencari pembiayaan untuk bisnis Ibu/Bapak sebelumnya? Jika ya, apa sumber pembiayaan yang Ibu/Bapak gunakan?

Bagian 2: Memahami Pembiayaan Digital (Bank atau Non Bank), Kebutuhan dan Harapan UMKM

4. Pernahkah Ibu/Bapak menggunakan layanan pembiayaan digital yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan non bank (contoh : perusahaan *fintech*)?
5. Apa alasan utama Ibu/Bapak memilih pembiayaan digital yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan non bank (contoh : perusahaan *fintech*) daripada pembiayaan dari lembaga keuangan secara non digital?

- 6 Bagaimana Ibu/Bapak mengetahui tentang (a) pembiayaan digital dari bank atau (b) pembiayaan melalui perusahaan *fintech*/platform digital lainnya yang Ibu/Bapak gunakan untuk pembiayaan? (misalkan dari informasi teman/promosi lembaga keuangan dll)
- 7 Kemampuan apa yang harus dimiliki sehingga Bapak/Ibu dapat memperoleh pembiayaan secara digital (paham digital/ teknologi, kepemilikan *smartphone* dll)
- 8 Apakah ada persyaratan atau dokumen khusus yang diminta oleh bank/perusahaan *fintech* selama proses aplikasi yang berbeda dengan pembiayaan non digital?
- 9 Mohon Ibu/Bapak menjelaskan proses dalam memperoleh pembiayaan digital yang telah diterima (dari bank atau non bank (contoh : perusahaan *fintech*)?)
- 10 Bagaimana Ibu/Bapak akan menggambarkan pengalaman secara keseluruhan dengan layanan pembiayaan digital (bank/*fintech*)? Apa kelebihan dan kekurangannya, jika ada?
- 11 Apakah ada perbedaan dalam proses aplikasi atau syarat pembiayaan dalam layanan pembiayaan digital (bank/*fintech*) dibandingkan dengan pembiayaan non digital?
- 12 Apakah Ibu/Bapak menghadapi tantangan/hambatan saat menggunakan pembiayaan secara digital (bank/*fintech*)? Jika ya, bagaimana Ibu/Bapak mengatasi hal tersebut?
- 13 Apakah hambatan tersebut memerlukan bantuan (kebijakan/ dukungan) dari pemerintah atau lembaga lain dalam mengatasinya. Apabila ada, mohon dapat disebutkan hambatannya dan pihak yang menurut perkiraan Bapak/Ibu dapat membantu.
- 14 Apakah yang menjadi faktor-faktor kunci keberhasilan dalam memperoleh pembiayaan secara digital
- 15 Apakah ada fitur atau aspek khusus dari pembiayaan digital yang penting bagi Ibu/Bapak sebagai UMKM di sektor Ibu/Bapak?

Bagian 3 : Rekomendasi dan Umpan Balik

- 16 Berdasarkan pengalaman Ibu/Bapak dengan memperoleh pembiayaan digital (bank dan nonbank/*fintech*), apakah Ibu/Bapak memiliki saran atau rekomendasi untuk meningkatkan ekosistem pembiayaan digital bagi UMKM di Indonesia?
- 17 Apakah ada informasi tambahan yang ingin Ibu/Bapak berikan mengenai pengalaman Ibu/Bapak dengan pembiayaan digital?

4. Panduan Wawancara (Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan)

A. Tujuan Wawancara :

1. Mengidentifikasi peran antar pihak
2. Ekosistem yang diperlukan
3. Mengidentifikasi risiko kredit dan mitigasi dalam implementasi model bisnis pembiayaan digital,
4. Mengidentifikasi upaya dan insentif/kebijakan yg diharapkan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan
5. Mengidentifikasi Model Bisnis Pembiayaan Digital (Model Bisnis Canvas)

Pendahuluan:

1. *Interviewer* memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan wawancara.
2. Pastikan pewawancara memahami bahwa fokusnya adalah menganalisis peran antar pihak, ekosistem yang diperlukan, risiko, dan strategi mitigasi yang terkait dengan implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital.
3. Tekankan tujuan untuk mengidentifikasi upaya dan insentif yang diperlukan untuk mengakselerasi penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis tersebut

No	Pertanyaan	Ceklis
Bagian 1		
1	Bagaimana ketentuan mengenai bank digital dan perkembangan bank digital saat ini?	
2	Apa perbedaan signifikan terkait pengawasan bank digital dan bank konvensional?	
3	Apa permasalahan/isu utama dari sisi regulator untuk pembiayaan UMKM?	
4	Apa tantangan atau peluang terkait pembiayaan digital, dan bagaimana cara mengatasinya?	
5	Beberapa perusahaan privat memiliki aneka pendekatan untuk menilai <i>creditworthiness</i> dari calon debitur UMKM. Apakah regulator telah atau sedang melakukan upaya agregasi data tersebut? Atau berupaya untuk memberikan guidliness praktik pemodelan <i>creditworthiness</i> yang solid dan valid?	

- 6 Apakah ada cara/metode atau upaya dari regulator untuk mengukur bauran pendanaan/pembiayaan UMKM yang ideal/aman dari sisi prosentase pendanaan digital dan konvensional?
- 7 Beberapa pihak privat membutuhkan terbukanya akses data (misal SLIK *Fintech*, API) untuk mendorong pembiayaan digital. Bagaimana ketentuan yang diperlukan terkait akses data tersebut?
- 8 Apa saja inisiatif-inisiatif regulator untuk mendorong UMKM naik kelas?
- 9 Apa tantangan utama dalam pemetaan kebutuhan UMKM?

Bagian 2: Ekosistem yang Diperlukan

- 10 Apa saja komponen utama dari ekosistem yang diperlukan untuk mendukung model bisnis inovasi pembiayaan digital?
- 11 Bagaimana ekosistem ini berbeda dari ekosistem pembiayaan tradisional?
- 12 Apakah ada teknologi atau infrastruktur khusus yang diperlukan agar model bisnis ini berjalan dengan lancar? (*Credit rating system?*; *Analytics?*; lainnya?)
- 13 Apa hambatan dalam membangun dan memelihara ekosistem yang diperlukan, dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?
- 14 *Key Success Factor* keberhasilan pembiayaan digital

Bagian 3: Risiko dan Mitigasi

- 15 Apa risiko utama dalam implementasi model bisnis inovasi pembiayaan digital?
- 16 Bagaimana risiko-risiko ini dibandingkan dengan model pembiayaan tradisional?
- 17 Strategi atau langkah apa yang dapat diambil untuk secara efektif mengurangi risiko-risiko ini?
- 18 Apakah ada pertimbangan hukum atau regulasi yang harus diperhatikan untuk memastikan kepatuhan dan mitigasi risiko dalam konteks ini?

Bagian 4: Upaya dan Insentif untuk Mengakselerasi Penyaluran Kredit/Pembiayaan

- 19 Upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk mempercepat proses penyaluran kredit/pembiayaan dalam model bisnis inovasi pembiayaan digital?
- 20 Apakah terdapat tantangan atau hambatan khusus yang dapat menghambat percepatan penyaluran kredit/pembiayaan, dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?

- 21 Apakah terdapat kebijakan/insentif, baik bagi lembaga keuangan maupun peminjam, yang dapat diberikan untuk mendorong adopsi dan pemanfaatan model bisnis ini?
- 22 Bagaimana kolaborasi antara pihak-pihak yang berbeda dapat ditingkatkan untuk mempercepat penyaluran kredit/pembiayaan dari model bisnis ini?

Bagian 5: Business Model Canvas – Proposisi Nilai

- 23 Apa kebutuhan dan tantangan pembiayaan yang spesifik yang dihadapi UKM menurut pengalaman Anda?
- 24 Bagaimana lembaga keuangan dapat menciptakan proposisi nilai yang mengatasi kebutuhan dan tantangan tersebut secara efektif?
- 25 Apa faktor-faktor utama yang membedakan solusi pembiayaan untuk UKM dengan solusi untuk perusahaan yang lebih besar?
- 26 Bagaimana proposisi nilai dapat diselaraskan dengan tujuan pertumbuhan dan kebutuhan keuangan UMKM?

Bagian 6: Business Model Canvas – Segmen Pelanggan

- 27 Siapa segmen pelanggan target untuk pembiayaan UKM digital?
- 28 Bagaimana segmen pelanggan ini dapat didefinisikan berdasarkan industri, tahap pertumbuhan, atau kriteria relevan lainnya?
- 29 Apa karakteristik dan preferensi khusus dari setiap segmen pelanggan yang perlu dipertimbangkan dalam merancang solusi pembiayaan?
- 30 Bagaimana model pembiayaan dapat disesuaikan untuk memenuhi persyaratan unik dari setiap segmen pelanggan dengan efektif?

Bagian 7: Business Model Canvas – Kemitraan Kunci

- 31 Apa kemitraan strategis yang potensial yang dapat dibangun untuk mendukung pembiayaan UKM?
- 32 Bagaimana kerjasama dengan pihak eksternal, seperti penyedia teknologi atau asosiasi industri, dapat meningkatkan model pembiayaan?
- 33 Apakah ada kemitraan atau jaringan yang sudah ada yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat ekosistem pembiayaan UKM?
- 34 Bagaimana kemitraan-kemitraan ini dapat membantu dalam mengurangi risiko dan meningkatkan akses terhadap sumber daya bagi UKM?

Bagian 8: Business Model Canvas – Aktivitas dan Sumber Daya Kunci

- 35 Apa aktivitas dan sumber daya yang diperlukan untuk memberikan layanan pembiayaan kepada UKM dengan efektif?

- 36 Bagaimana teknologi dan solusi digital dapat dimanfaatkan untuk memperlancar proses pembiayaan dan meningkatkan efisiensi operasional?
- 37 Apakah ada keterampilan atau keahlian khusus yang penting untuk implementasi yang sukses dari model pembiayaan untuk UKM?
- 38 Bagaimana alokasi sumber daya dapat dioptimalkan untuk memastikan efisiensi biaya dan skalabilitas solusi pembiayaan?

Bagian 9: Business Model Canvas - Arus Pendapatan dan Struktur Biaya

- 39 Apa arus pendapatan yang potensial yang dapat dihasilkan dari pembiayaan UKM?
- 40 Bagaimana struktur harga dan biaya dapat dirancang untuk memastikan profitabilitas sekaligus tetap kompetitif bagi UKM?
- 41 Apa elemen biaya utama yang terkait dengan penyediaan layanan pembiayaan kepada UKM, dan bagaimana cara mengelolanya dengan efektif?
- 42 Apakah ada pendekatan inovatif atau model pendapatan alternatif yang dapat dipertimbangkan untuk memaksimalkan keberlanjutan keuangan dari model pembiayaan?

Kesimpulan

1. Ringkaslah poin-poin utama yang dibahas selama wawancara.
2. Tanyakan kepada pewawancara apakah ada hal lain yang ingin ditambahkan atau wawasan tambahan yang dapat diberikan mengenai tujuan penelitian.
3. Ucapkan terima kasih kepada pewawancara atas waktu dan partisipasinya dalam wawancara.

5. Kuesioner Survei kepada UMKM

Karakteristik UMKM

Bank Indonesia bekerja sama dengan Klaster Riset Bisnis dan Ekonomi Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia bermaksud mengadakan survei yang bertujuan memetakan perilaku dan kebutuhan UMKM terhadap pembiayaan digital yang disalurkan oleh bank, lembaga keuangan non-bank, maupun FinTech. Oleh karena itu, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu pemilik UMKM untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini dengan mengisi kuesioner yang kami berikan ini. Waktu pengisian kuesioner kurang lebih selama 13 menit dan Bapak/Ibu pemilik UMKM dapat mengakses link berikut ini untuk mengisi kuesioner.

Semua informasi yang diperoleh dalam survei ini dijamin kerahasiaannya dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang tidak semestinya. Untuk itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat berpartisipasi dalam pengisian survei ini dengan baik. Atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Info lebih lanjut mengenai kegiatan survey dapat diketahui dengan menghubungi kontak berikut ini:

1. Asiyah (HP: 0857-1691-7152 / Email: asiah.rusdi@ui.ac.id)
2. Ara (HP: 0812-1278-4717 / Email: fajarayup@ui.ac.id)

Karakteristik UMKM

1. Nama Usaha (UMKM) Anda?

<< free text >>

2. Alamat email?

<< free text >>

3. Jabatan Anda Saat Ini?

Pemilik UMKM	Manajer	Karyawan	Lainnya
-----------------	---------	----------	---------

4. Karakter UMKM Anda saat ini?

1. Mandiri, berorientasi laba, dapat membuat keputusan finansial secara independen.
2. Anak perusahaan/cabang dari UKM lain.

Domisili

5. Karakter UMKM Anda saat ini?

Bali	Jawa	Kalimantan	Maluku
Papua	Sulawesi	Sumatera	Nusa Tenggara
Lainnya			

6. PROVINSI di tempat tinggal Anda saat ini?

<< free text >>

7. KABUPATEN/KOTA di tempat tinggal Anda Saat ini?

<< free text >>

8. Sudah berapa lama UMKM ini didirikan?

< 1 tahun

1 - 5 tahun

> 10 tahun

9. Kategori Usaha UMKM saat ini?

1. Usaha Mikro (Modal kurang dari Rp. 1 Milyar dan/atau Penjualan kurang dari Rp. 2 Milyar)

2. Usaha Kecil (Modal antara Rp. 1 Milyar sd kurang dari Rp. 5 Milyar dan/atau Penjualan antara Rp. 2 Milyar s/d kurang dari Rp.15 Milyar)

3. Usaha Menengah (Modal antara Rp 5 Milyar - sd kurang dari Rp. 10 Milyar dan/atau Penjualan antara Rp 15 Milyar s/d Rp. 50 Milyar)

10. Jumlah karyawan UMKM Anda saat ini?

Kurang dari 5
karyawan

5 hingga 19
orang

20 hingga
99 orang

Lebih dari
100 orang

11. Bidang Usaha UMKM saat ini?

Perdagangan

Jasa (restoran,
pendidikan,
dsb)

Manufaktur/
Produksi

Pertambangan

Pariwisata

Teknologi

Agribisnis/
Pertanian

Keuangan

Konstruksi

Lainnya

12. Apakah Anda terlibat dalam pengambilan keputusan keuangan UMKM Ini?

Ya

Tidak

13. Bagaimanakah pengelolaan keuangan UMKM ini?
 1. Rekening pemilik usaha dan rekening bisnis dikelola secara terpisah.
 2. Satu rekening untuk pemilik usaha dan bisnis.
14. Bagaimanakah pencatatan keuangan yang dilakukan UMKM Anda saat ini?
 1. Tidak dilakukan pencatatan secara formal
 2. Dilakukan oleh bagian pembukuan khusus/akuntan
 3. Dilakukan oleh karyawan mana saja yang melakukan penjualan dalam sebuah buku catatan
 4. Melalui sistem aplikasi keuangan (Sebutkan)

Status Pembiayaan Saat ini

15. Dari berbagai pendanaan berikut ini, sumber pendanaan manakah yang SUDAH digunakan oleh UMKM Anda saat ini? (Jawaban bisa lebih dari satu)
 1. Modal sendiri
 2. Meminjam dari teman
 3. Meminjam dari saudara
 4. Kredit dari Supplier
 5. Bantuan Pemerintah
 6. Bank Konvensional - Sebutkan!
 7. Bank Syariah - Sebutkan!
 8. Bank Digital - Sebutkan!
 9. Lembaga Keuangan Non-Bank Konvensional - Sebutkan!
 10. Lembaga Keuangan Non-Bank Syariah - Sebutkan!
 11. Lembaga Keuangan Non-Bank Digital (Misal Koinworks, dll) Sebutkan!
 12. Tidak memiliki pinjaman/utang

Pengetahuan tentang Pembiayaan Digital

16. Saya tahu konsep pembiayaan digital

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

17. Saya tahu di mana harus mengajukan pinjaman pembiayaan digital

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

18. Saya mengetahui persyaratan penerapan pinjaman pembiayaan digital

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

19. Saya tahu metode pembayaran digital seperti pembayaran *online banking/mobile banking*/kartu kredit/OVO/GOPay/Dana, dll

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

20. Saya memiliki pengalaman menggunakan pembayaran digital seperti *online banking/mobile banking*/kartu kredit/OVO/GOPay/Dana dan alat keuangan digital lainnya

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

21. Saya mengetahui istilah-istilah yang digunakan dalam keuangan/ pembiayaan digital seperti investasi/transfer uang/penyelesaian transaksi atau istilah lainnya

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

Persepsi Manfaat Pembiayaan Digital

22. Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu saya memperluas skala produksi UMKM ini

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

23. Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu saya memperluas potensi pasar UMKM ini

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

24. Menurut pandangan saya, pembiayaan digital dapat membantu pengembangan sektor industri UMKM yang kami geluti.

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

Persepsi Risiko Pembiayaan Digital

25. Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, penilaian kredit (*credit scoring*) saya akan terpengaruh

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

26. Jika saya gagal melunasi pinjaman tepat waktu, saya akan merasa malu

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

27. Kalau orang lain tahu tentang pinjaman pembiayaan digital saya, mereka akan berpikir Saya miskin

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

28. Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, saya dan anggota keluarga saya akan terkena dampak untuk terus-menerus diganggu oleh petugas bagian penagihan

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

29. Jika saya gagal membayar kembali pinjaman tepat waktu, saya harus menjual atau menggadaikan pinjaman yang saya miliki aset untuk melunasi pinjaman saya

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

Niat Untuk Menggunakan Pembiayaan Digital

30. Apakah Anda berencana mencari pinjaman dalam waktu dekat?

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

31. Jika diukur dalam bentuk skala, maka tingkat persetujuan Anda untuk meminjam dana secara digital adalah:

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

32. Saya akan merekomendasikan pembiayaan digital kepada saudara dan teman saya

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

33. Saya mempunyai niat untuk memperbesar pinjaman pembiayaan digital saya

Sangat tidak setuju

Tidak Setuju

Agak tidak setuju

Agak setuju

Setuju

Sangat Setuju

34. Jika Anda diberi kesempatan untuk Meminjam Dana untuk UMKM, dana tersebut akan digunakan untuk?

1. Modal kerja
2. Membeli aset tetap (bangunan dll)
3. Investasi untuk meningkatkan penjualan
4. Membayar utang
5. Lainnya - Sebutkan!

35. Jika Anda membutuhkan PENDANAAN untuk UMKM Anda dalam waktu dekat, kira-kira sumber pinjaman manakah yang akan Anda pilih? (Jawaban boleh lebih dari SATU)

1. Modal sendiri
2. Meminjam dari teman
3. Meminjam dari saudara
4. Bank Konvensional
5. Bank Syariah
6. Bank Digital
7. Lembaga Keuangan Non Bank Konvensional
8. Lembaga Keuangan Non Bank Syariah
9. Lembaga Keuangan Non Bank Digital
10. Kredit dari supplier
11. Lainnya-sebutkan

36. Apakah SATU ALASAN UTAMA Anda memilih sumber pendanaan tersebut?

1. Bebas bunga
2. Bunga rendah
3. Sesuai syariah
4. Pencairan dana cepat
5. Kualitas layanan yang baik
6. Biaya administrasi lebih murah
7. Lainnya-Sebutkan

Fintech Embeddedness

37. UMKM kami memiliki hubungan relasional yang cukup baik dengan pemberi pinjaman digital (*fintech*)

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

38. UMKM kami sering berkomunikasi dengan pemberi pinjaman digital (*fintech*)

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

39. UMKM memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemberi pinjaman digital (*fintech*)

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

40. UMKM kami dapat memperoleh bantuan teknis yang cukup terkait pemberi pinjaman digital (*fintech*)

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

41. UMKM kami dapat memperoleh informasi yang cukup terkait pemberi pinjaman digital (*fintech*)

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

PERSEPSI TERHADAP PEMBIAYAAN DIGITAL

42. Apakah Anda mengetahui adanya pinjaman/pembiayaan yang dapat dilakukan melalui platform digital seperti Koinworks, Pinjaman Modal Shopee, Modal Toko Tokped?

Ya	Tidak
----	-------

43. Apakah UMKM Anda pernah meminjam dana untuk usaha Anda melalui platform digital dalam 3 tahun terakhir?

Ya	Tidak
----	-------

44. Sebutkan NAMA aplikasi digital tempat UMKM Anda meminjam dana dalam 3 tahun terakhir ini!

<< free text >>

45. Terlepas dari apakah UMKM Anda pernah atau tidak pernah memperoleh pembiayaan secara digital, bagaimanakah PERSEPSI Anda mengenai pembiayaan digital untuk UMKM?*
1. Memberikan kenyamanan dalam proses peminjaman
 2. Memberikan akses terhadap pendanaan yang sangat luas/global
 3. Sangat tidak aman karena ada kemungkinan dilakukannya Scam dll
 4. Proses pencairan dana cepat
 5. Lainnya sebutkan
46. Apakah ada MASUKAN/SARAN yang ingin Anda Berikan terkait PEMBIAYAAN UKM yang bersifat DIGITAL?

<< free text >>

Pemasaran Digital

47. Saluran Pemasaran yang Anda gunakan untuk Memasarkan Produk UMKM Anda?
1. Toko Offline
 2. Marketplace (Tokopedia, Shopee)
 3. Social Media (Facebook, WhatsApp, Instagram)
 4. Lainnya, sebutkan

Literasi Keuangan

48. UMKM Kami memiliki kemampuan menganalisis kinerja keuangan secara periodik

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

49. UMKM kami mampu membayar cicilan pinjaman setiap bulannya

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

50. Staff UMKM kami pernah memperoleh pelatihan pencatatan keuangan

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

51. UMKM kami memiliki asuransi yang relevan dengan kegiatan usaha

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

52. Pengelola UMKM kami dapat menghitung bunga pinjaman secara tepat

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

53. UMKM kami menggunakan rekening tabungan untuk kegiatan operasional sehari-hari

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

54. Pengelola UMKM dapat melakukan pembukuan transaksi secara sederhana

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

55. UMKM kami mengetahui lembaga keuangan yang tepat untuk memperoleh dana pinjaman sesuai dengan pendanaan usaha

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

56. UMKM kami memahami manfaat dan biaya untuk mendapatkan pinjaman

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

57. Kami dapat menghitung bunga pinjaman secara tepat

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

58. Pengelola UMKM kami mampu memprakirakan kinerja keuangan UMKM kami

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

59. UMKM kami memiliki kemampuan untuk meminimalisir piutang macet

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

60. Pengelola UMKM kami memiliki pengetahuan dasar akuntansi

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Agak tidak setuju	Agak setuju
Setuju	Sangat Setuju		

Selesai

Halaman ini sengaja dikosongkan



Departemen Pengembangan UMKM
dan Perlindungan Konsumen

Jl. MH Thamrin No. 2, Jakarta 10350

Contact Center Bank Indonesia (BICARA 131)

Telp 1500131 (dari dalam dan luar negeri),
bicara@bi.go.id