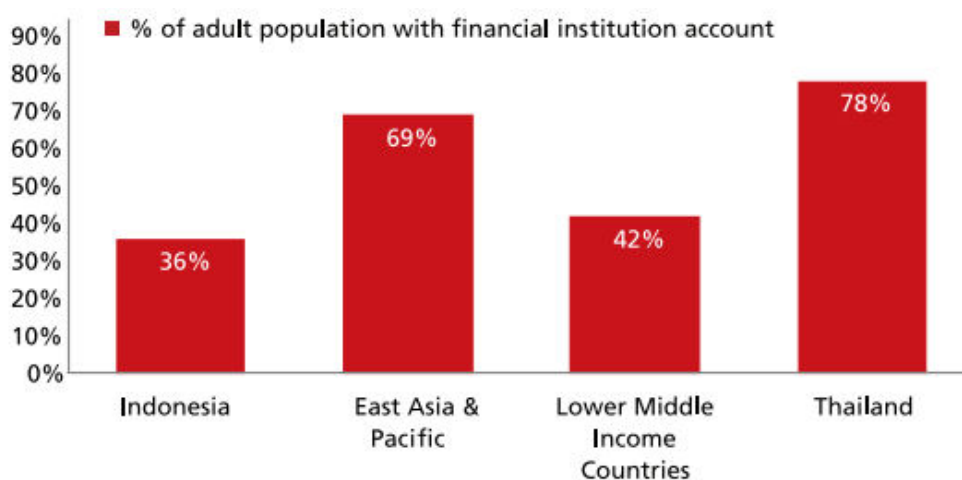


Meningkatkan Finansial Inklusi Melalui Digitalisasi Perbankan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat penetrasi layanan perbankan yang rendah. Dibanding negara berkembang lainnya, Indonesia tergolong tertinggal dalam hal finansial inklusi.

Menurut survei Bank Dunia (2014), hanya 36 persen populasi penduduk dewasa yang memiliki rekening di lembaga keuangan formal. Angka ini lebih rendah dibanding rata-rata negara Asia Timur dan Pasifik (69 persen), rata-rata negara berpenghasilan menengah ke bawah (42 persen). Di Asia Tenggara, Indonesia bahkan tertinggal jauh dari Thailand, yang 78 persen penduduknya memiliki rekening bank.

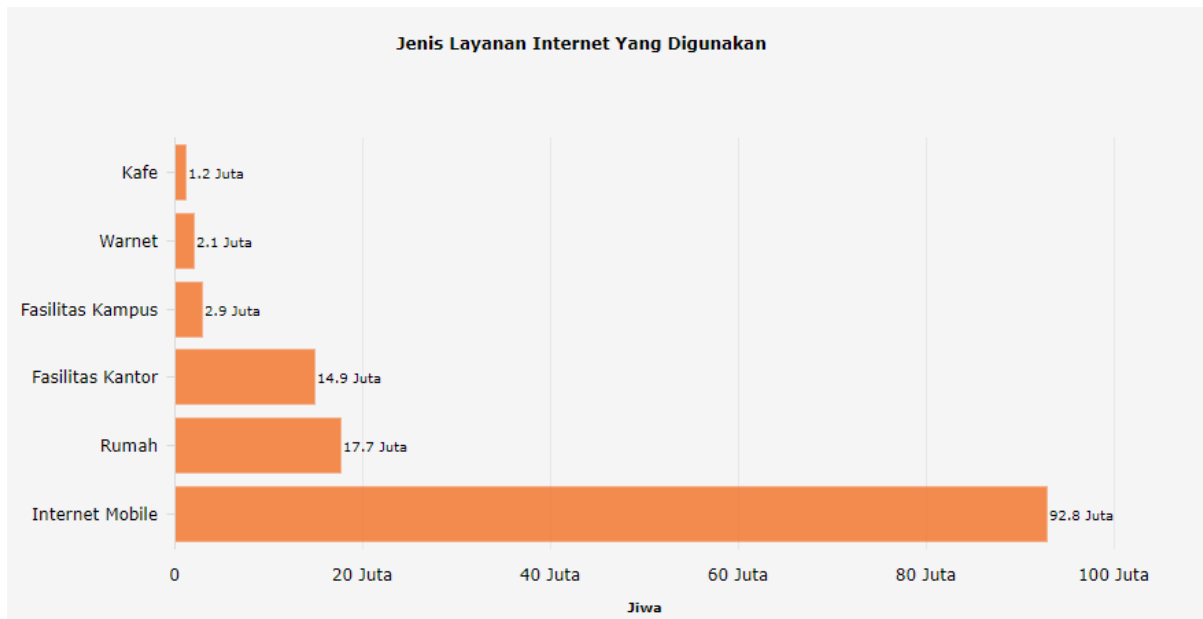
Tabel Tingkat Penetrasi Perbankan



Adapun penduduk dewasa yang memanfaatkan pinjaman dana dari institusi keuangan hanya meliputi 13 persen. Alih-alih berurusan dengan lembaga keuangan, sebanyak 42 persen lebih suka meminjam uang dari keluarga atau teman. Fakta ini mengindikasikan besarnya potensi pasar pendanaan yang bisa dimanfaatkan. (Baca: Riset [DBS Indonesian Multi-Finance Companies, Bridging Gaps with the Underbanked](#))

Angka tersebut sangat timpang jika dibandingkan dengan penetrasi telepon selular. Survey *We Are Social* menyebutkan, 91 persen penduduk Indonesia memiliki ponsel. Sedangkan pemilik *smartphone* sebesar 47 persen. Pengguna kartu ponsel bahkan lebih besar dari populasi Indonesia, yaitu 371,4 juta atau 142 persen dari populasi.

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016 menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta penduduk atau 51,8 persen dari total populasi Indonesia.



Besarnya pengguna ponsel tersebut bisa dimanfaatkan untuk menjangkau sistem keuangan melalui layanan keuangan digital. Sehingga puluhan jutaan orang, terutama pengguna telepon pintar yang memiliki akses internet, yang belum tersentuh sistem keuangan bisa dijangkau melalui perangkat mobile.

Era digital memberi kemudahan bagi nasabah untuk mengakses layanan keuangan hanya melalui genggaman tangan. Nasabah bisa mudah melakukan transaksi melalui ponsel menggunakan berbagai cara mulai dari SMS banking hingga internet banking. Hadirnya layanan aplikasi masing-masing bank membuat nasabah bisa mengakses layanan dengan leluasa, tanpa harus datang ke kantor cabang.

Tren penggunaan transaksi digital juga terus meningkat seiring meningkatnya penetrasi internet. Otoritas Jasa Keuangan menyebutkan pengguna *e-banking* melonjak 270 persen, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Frekuensi transaksi penggunaan *e-banking* juga naik 169 persen, dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 406,6 juta transaksi pada 2016.

Perbankan dan *Fintech*

Pertumbuhan teknologi dan perkembangan digital yang pesat membawa perubahan bisnis. Jika dua dekade lalu inovasi teknologi keuangan masih berpusat dalam internal perbankan, namun saat ini inovasi teknologi juga merambah sisi nasabah atau konsumen. Pergeseran itu membuat menjamurnya perusahaan keuangan berbasis teknologi atau financial technology (*fintech*), termasuk di Indonesia.

Hasil riset Asosiasi FinTech Indonesia memetakan sedikitnya ada 120 perusahaan yang bergerak di sektor fintech. Peningkatan itu sejalan dengan jumlah pemilik telepon genggam yang jauh lebih banyak dibanding jumlah rekening bank. Menurut [Ketua Umum Asosiasi FinTech Indonesia, Niki Luhur](#), masa depan inklusi keuangan di Indonesia ada pada transaksi keuangan digital yang menggunakan perangkat mobile.

Riset DBS berjudul ["Digital Banking: New Avatar-Banks Watch Out for Banks"](#) menyebutkan *fintech* memiliki kelebihan dibanding bank tradisional. *Fintech* didukung teknologi dan inovasi untuk menjangkau nasabah yang tidak dapat mengakses sistem perbankan tradisional. *Fintech* juga lebih efisien karena mampu menekan biaya operasional sehingga bisa memberikan fasilitas layanan, termasuk pinjaman, lebih murah.

"*Fintech* bisa melayani lebih personal dan menjangkau masyarakat di wilayah pelosok," kata Sachin Mittal, Telecom, Media and Technology Analyst DBS Group Research.

Di sisi lain, pesatnya pertumbuhan perusahaan *start up fintech* mendorong institusi keuangan tradisional untuk mengevaluasi kembali model bisnis inti mereka dan mulai memanfaatkan inovasi digital. Jika tidak, menjamurnya *fintech* bisa membawa ancaman bagi perbankan.

Pertumbuhan yang pesat terlihat dari nilai investasi yang ditanamkan modal ventura ke startup *fintech*. Tak kurang dari US\$ 13,8 miliar sepanjang 2015 atau lebih dari dua kali penanaman modal selama 2014. Saat ini ada 12 *fintech* yang bernilai di atas US\$ 1 miliar atau kerap disebut "*unicorn*". Dari sisi sebaran, dari 6500 *fintech* startup di dunia (2015), 2.500 di antaranya berada di Asia.

Di bidang *fintech*, Tiongkok menjadi yang terdepan dengan perusahaan pembayaran mobile terbesar di dunia, Alipay. Pengguna Alipay dapat menaruh uangnya ke Yu'e Bao, money market fund terbesar di negeri itu. Sementara layanan asuransi secara digital terbesar, Ping An bekerjasama dengan Alibaba dan Tencent. Di India, layanan sistem pembayaran PayTm digunakan lebih 122 juta pengguna.

Untuk menghadapi persaingan dengan *fintech*, ada dua respon yang bisa dilakukan perbankan. Pertama, digitalisasi layanan agar dapat memberikan layanan lebih cepat, murah, dan mudah ke nasabah. Misalnya dengan membuka rekening digital melalui telepon pintar. Di Asia, layanan Digibank oleh DBS memungkinkan nasabah dapat membuka rekening tabungan melalui ponsel dengan menggunakan otorisasi biometric.

Kedua, mengintegrasikan kegiatan perbankan dengan kehidupan nasabah sehari-hari. Praktik ini dilakukan DBS Singapore melalui aplikasi "*Home Connect*" untuk memudahkan calon klien menaksir harga rumah yang akan dibelinya berdasarkan harga rata-rata di kawasan tersebut.

Terlepas dari kehadiran *fintech* yang "mengancam" bank konvensional, keduanya sebenarnya dapat berkolaborasi untuk mencari solusi bersama. Misalnya, perbankan kesulitan membuka cabang di pelosok mengingat terbatasnya pendanaan, serta sistem pengawasan dan aturan permodalan yang ketat, sedangkan *Fintech* terkendala mengakses dana murah.

Dengan berkolaborasi, perbankan dapat memanfaatkan teknologi *fintech* untuk menjangkau nasabah di kawasan yang tak terakses tanpa harus membuka cabang fisik. Di sisi lain, *fintech* bisa mengakses pendanaan murah untuk meningkatkan aktivitasnya.

DIGITALISASI PERBANKAN

DESAKAN DI TENGAH MARAKNYA FINTECH

Bermunculannya perusahaan-perusahaan finansial berbasis digital atau *financial technology* (fintech) mendesak industri perbankan untuk berbenah diri. Di satu sisi, fintech bisa menjadi ancaman yang menggerus pangsa pasar perbankan tradisional. Di sisi lain membuka peluang berkolaborasi menembus pangsa pasar yang belum terjamah.



Manfaat Digitalisasi bagi Ekonomi

Layanan digital tak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun juga mengubah praktik bisnis dan mengganti metode pembiayaan tradisional.

Riset Deloitte bertajuk *“Digital Financial Services in Indonesia”* menyebutkan, layanan keuangan digital akan membuat akses sistem keuangan semakin meningkat sehingga memberikan manfaat bagi ekonomi nasional. Menurut studi Bank Dunia, peningkatan fasilitas sistem keuangan inklusi sebesar 1 persen bisa menaikkan pertumbuhan PDB per kapita sebesar 0,03 persen.

Pertumbuhan ekonomi ini selanjutnya menghasilkan pertumbuhan lapangan kerja baru. Kenaikan inklusi keuangan sebesar 20 persen melalui layanan digital ini akan menghasilkan 1,7 juta lapangan kerja baru. Meningkatnya akses perbankan juga membuat bisnis,

terutama usaha kecil menengah (UKM), menjadi lebih mudah. Pengusaha-pengusaha baru kini bermunculan seiring mudahnya menjual barang melalui internet. Pedagang tak harus memiliki lapak atau toko konvensional terlebih dahulu untuk menjual produknya. Mereka bisa menjual melalui berbagai media seperti sosial media, website hingga aplikasi khusus.

Perkembangan bisnis dengan platform internet juga didukung oleh posisi Indonesia sebagai terbesar *e-commerce* di Asia Tenggara. Pada 2014, Euromonitor mencatat, penjualan online Indonesia mencapai US\$ 1,1 miliar, lebih tinggi dari Thailand dan Singapura. Namun, jika dibandingkan dengan total perdagangan retail, penjualan *e-commerce* di Indonesia hanya menyumbangkan 0,07 persen. Artinya, pasar *e-commerce* Indonesia berpeluang untuk tumbuh semakin besar. Apalagi dengan jumlah penduduk dan tingkat produk domestik bruto (PDB) terbesar di ASEAN. (Riset DBS [*E-Commerce in Asia: Bracing for Digital Disruption*](#)).