

INDONESIA: Masa Tenang Sebelum Badai

Oleh: Ghiyazuddin Mohammad, Maha Khan

[Pembelajaran dari hasil Survey Jaringan Percepatan Agen, Laporan Nasional dari Indonesia yang diluncurkan pada bulan February 2015](#)

Tahun lalu, *Helix Institute* mendiskusikan tentang pentingnya untuk fokus pada tahap awal peluncuran Layanan Keuangan Digital (LKD) sebelum penyebar luasan dilakukan. Tahap awal peluncuran merupakan fase pengembangan yang difokuskan pada proses identifikasi nilai atau manfaat yang ditawarkan ke pasar/konsumen, menetapkan produk unggulan, merancang proses, menata struktur manajemen, menata sistem/prosedur dan merancang strategi pemasaran dan komunikasi.

Di Nigeria, *provider* atau penerbit LKD tampaknya melewatkan tahap awal peluncuran ini, dan langsung masuk ke tahap pengembangan tanpa disertai strategi yang jelas. Di Indonesia, ketidakpastian regulasi menyebabkan para pemain utama LKD menjadi kurang agresif untuk berinvestasi pada pengembangan LKD; akan tetapi, dengan regulasi baru yang diluncurkan pada akhir tahun 2014, situasi tersebut kemungkinan akan segera berubah. Keberlanjutan pemanfaatan produk unggulan secara umum saat ini dinilai masih belum jelas karena masih kurangnya riset pasar, tahap awal dalam proses akuisisi Agen dinilai kurang terstruktur, dan kemampuan Agen untuk melakukan proses registrasi pelanggan melalui LKD masih kurang, sehingga pengembangan LKD dinilai masih sangat terbatas.

Kondisi Regulasi Indonesia

Kebijakan e-money yang terbaru (PBI No. 16/8/PBI/2014), yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, mengizinkan hanya Bank-Bank besar dengan modal lebih dari Rp. 30 Triliun – dikenal sebagai bank kategori Buku IV - bisa bekerjasama dengan agen individual (perorangan maupun usaha kecil yang tidak berbadan hukum) seperti yang berlaku di Afrika Timur. Sementara itu, bank-bank kecil maupun Operator Seluler (*Mobile Network Operator – MNO*) hanya dapat bekerjasama dengan pihak ketiga berupa usaha berbadan hukum untuk menjadi Agen, seperti jaringan toko serba ada. Akibatnya, bank-bank kecil dan Operator Seluler kesulitan untuk meningkatkan operasionalnya dan mengembangkan jaringannya ke daerah pedesaan dimana kebanyakan dari jenis usaha yang ditemui tidak berbadan hukum (seperti toko kelontong dan lain-lain).

Bagi Operator selular dan bank-bank kecil yang ingin menawarkan layanan transfer uang (transfer dari individu ke individu) dimana volume transaksi layanan dalam jumlah besar diperlukan untuk menjangkau masyarakat yang tersebar luas, pembatasan regulasi ini akan menjadi tantangan. Penelitian yang dilakukan oleh *Helix* di Afrika Timur menunjukkan bahwa usaha kecil perorangan berperan penting dalam perluasan LKD khususnya di daerah pedesaan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan, sekitar 53% dan 31% Agen di Tanzania dan Kenya, merupakan usaha kecil perorangan (yang mana dikategorikan sebagai usaha tidak berbadan hukum).

Pelaku Jasa Pengiriman Uang (*Remittances*) & Pembayaran Tagihan (*Bill Payment*) Tersebar Luas, tetapi tidak terkait dengan produk LKD

Berdasarkan survey Gallup pada tahun 2013, 83% responden di Indonesia dilaporkan mengirimkan atau menerima kiriman uang atau melakukan transaksi pembayaran, dan 57% diantaranya menggunakan mekanisme informal untuk melakukan transaksi tersebut, seperti melalui anggota keluarga, teman, atau jasa pengirim uang informallainnya. Pengirim umumnya melakukan pengiriman/transfer uang domestik rata-rata sebesar 87.40 dollar AS[1] (atau sekitar sebesar Rp. 1,082,711) dengan frekuensi transaksi sebanyak 1,6 kali per bulan. Namun saat ini, pelanggan dompet elektronik (*mobile wallet*) hanya dapat melakukan transaksi penarikan dana dari sistem ini jika status pelanggan sudah terdaftar secara penuh (*registered*), dan hasil penelitian *Helix* menemukan bahwa penerbit LKD tidak memberikan insentif yang cukup menarik kepada Agen untuk melakukan proses registrasi pelanggan sebagaimana seharusnya. Melalui wawancara dengan para Agen, terindikasi bahwa banyak ditemukan kesulitan dalam proses registrasi pelanggan dan beberapa Operator selular hanya dapat menawarkan layanan registrasi pelanggan melalui outlet mereka yang jumlahnya terbatas - yang umumnya berlokasi di daerah perkotaan.

Lebih jauh, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun Agen memiliki alat pemasaran, mereka tidak mempunyai sasaran atau target pasar yang spesifik (Contohnya: perempuan di daerah pedesaan, tenaga kerja yang tidak bisa baca tulis, dsb). Penelitian pasar yang mendalam dan segmentasi pasar yang terkini belum dilakukan secara mendalam untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan tepat sasaran sesuai kebutuhan pelanggan. Faktanya, hanya 3% dari penduduk Indonesia yang mengetahui tentang layanan keuangan elektronik (*mobile money*) dan hanya 0.1% yang pernah menggunakannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum memahami akan peran LKD dalam menyediakan alternatif jasa pengiriman uang dan pembayaran sesuai kebutuhan masyarakat.

Meskipun demikian, Indonesia memiliki lebih dari 50,000 konter jasa pembayaran tagihan yang tersebar di daerah perkotaan dan pedesaan. Beberapa bank sudah bekerjasama dengan konter pembayaran tagihan ini dan memberikan peluang bagi penerbit LKD untuk meningkatkan LKD secara cepat. Namun, dengan kondisi bahwa perusahaan pemberi layanan pembayaran tagihan ini dapat melayani pelanggan tanpa harus bermitra dengan penerbit LKD, maka para pelaku LKD yang berminat bekerjasama dengan mereka harus menemukan cara yang cerdas untuk memberikan nilai tambah atas layanan yang sudah populer ini.



Fokus pada Internal Tim dan Pemilihan Agen

Setelah penerbit LKD menentukan produk unggulan mereka, hal lain yang juga penting untuk dilakukan adalah membuat struktur manajemen dan merancang alur/ kerja dan proses didalamnya. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa satu penerbit LKD melakukan cukup baik dalam hal membangun tim LKD dan dalam melakukan proses seleksi Agen, tetapi kebanyakan tim internal dari penerbit LKD lainnya masih merangkap tugas dengan departemen lain, yang mengakibatkan tidak adanya fokus untuk mencapai keberhasilan dan mengakibatkan kebingungan antara satu departemen dengan lainnya dalam hal siapa bertanggung jawab atas hasil pekerjaan yang dilakukan.

Sebagai tambahan, proses pemilihan Agen sepertinya masih belum terstruktur dan bertentangan untuk menemukan faktor kunci demografis yang sejalan dengan nilai tambah yang ditawarkan kepada Agen. Agen LKD bervariasi dari pegawai pemerintahan, distributor pulsa telepon, sampai toko serba ada (*minimarket*) yang masih belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang LKD, atau dalam beberapa kasus tertentu tahu bagaimana menggunakan telepon selular. Kondisi demografis Agen perlu disesuaikan secara khusus dengan nilai tawar dan tugas-tugas yang diharapkan dapat dilaksanakan oleh Agen (contohnya untuk proses pendaftaran pelanggan).

Peluncuran Ke Sukses

Kebijakan yang baru seperti ini secara tidak seimbang lebih memberikan keuntungan kepada bank-bank besar. Namun setidaknya hal ini memberikan kejelasan kepada para penerbit LKD yang sudah menunjukkan ketertarikan pada Layanan Keuangan Digital, tetapi masih enggan untuk berinvestasi. Walaupun demikian, uji coba yang dilakukan sebelumnya agak sedikit mengkhawatirkan, dan langkah awal dalam membangun jaringan agen dalam skala kecil seperti ini tidak dilakukan atas dasar riset strategis yang baik. Indonesia masih pada tahap awal penetapan landasan peluncuran LKD, dan sangat diharapkan bank-bank besar dan perusahaan Telekomunikasi yang berminat untuk berbagi pasar. Hanya saja, sebelum investasi yang besar dilakukan, strategi yang jelas sangatlah diperlukan.

[1] Laporan Gallup menggunakan Dollar Internasional untuk membandingkan jumlah pembayaran dan pengiriman uang diseluruh negara yang menjadi objek penelitian. Sumber dari data Dollar Internasional adalah "Global Purchasing Power Parities and Real Expenditures: 2005 International Comparison Program. Rep. World Bank, 2008. Web. 17 Dec. 2012. www.siteresources.worldbank.org/ICPINT/Resources/icp-final.pdf. Gallup used Global Purchasing Power Parities and Real Expenditures: 2005 International Comparison Program to compare currencies and exchange rates across countries and time using the baseline year of 2005".