



INSPIRASI

Rahmat Waluyanto:
Rahmat dan
Spirit tak Mau
Gagal



DIALOG

Nurhaida :
Kami Ingin
Meningkatkan
Penetrasi Investor
Lokal

LAYANAN KONSUMEN OJK



(KODE AREA) **500 655**
O J K

Edisi November 2013 Th. I



EDUKASI KONSUMEN



LITERASI KEUANGAN :
SEBUAH STRATEGI
NASIONAL



1



2

1 Dr. Muliaman D. Hadad
Ketua Dewan Komisiner

2 Dr. Rahmat Waluyanto, MBA
Wakil Ketua Dewan Komisiner Sebagai
Ketua Komite Etik Merangkap Anggota
Dewan Komisiner



3



4

3 Nelson Tampubolon, SE, MSM
Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan
Merangkap Anggota Dewan Komisiner

4 Ir. Nurhaida, MBA.
Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal
Merangkap Anggota Dewan Komisiner



5



6



7

5 Dr. Firdaus Djaelani, MA
Ketua Eksekutif Pengawas Industri Keuangan
Non Bank Merangkap Anggota Dewan
Komisiner

**6 Dr. Kusumaningtuti
Sandriharmy Soetiono,
S.H., LLM**
Anggota Dewan Komisiner
Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen

**7 Prof. Dr. Ilya Avianti, S.E., M.Si.,
Ak. CPA**
Ketua Dewan Audit Merangkap
Anggota Dewan Komisiner

8 Dr. Ir. Anny Ratnawati, M.Sc
Anggota Dewan Komisiner
Ex-Officio Kementerian Keuangan



8



9

9 Dr. Halim Alamsyah, SH, SE, MA
Anggota Dewan Komisiner
Ex-Officio Bank Indonesia

SALAM
REDAKSI

MEMBANGUN LITERASI KEUANGAN

Pembaca yang budiman, Majalah Edukasi Konsumen yang Anda baca saat ini, adalah majalah edisi kedua, setelah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi beroperasi. Majalah ini diterbitkan oleh Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK), dengan maksud agar misi OJK, yakni melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat melalui penerbitan ini dapat tercapai.

Seperti diketahui, OJK telah menerima 177 laporan terkait sengketa industri keuangan. Dari 177 laporan itu, 145 di antaranya berbentuk pengaduan, sisanya permintaan informasi dan mempertanyakan legalitas industri keuangan.

Pengaduan sengketa industri keuangan berbagai macam, mulai dari jasa perbankan, pasar modal atau asuransi. Masyarakat juga banyak menanyakan legal atau tidaknya sebuah perusahaan investasi. Khusus masalah ini OJK menerima 34 pengaduan.

Dari beberapa lembaga keuangan yang diadukan itu, yang terbanyak adalah jasa asuransi. Faktanya, pertengahan bulan lalu, tepatnya 18 Oktober 2013, OJK mencabut izin usaha PT Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya sebagai perusahaan asuransi jiwa. Pencabutan izin usaha itu berdasar Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor KEP-112/D.05/2013 tanggal 18 Oktober 2013.

Dengan dicabutnya izin usaha perusahaan maka PT Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya dilarang melakukan kegiatan usaha di bidang asuransi jiwa. Perusahaan itu juga diwajibkan menurunkan papan nama baik di kantor pusat maupun di kantor lainnya selain kantor pusat. Perusahaan juga diwajibkan menyelesaikan seluruh utang dan kewajibannya.

Berkaca dari kasus di atas, OJK akan terus memperbaiki peran Satgas Waspada Investasi untuk lebih meningkatkan perlindungan masyarakat terhadap produk-produk investasi keuangan. "Peran edukasi dan sosialisasi sangat penting bagi upaya preventif kerugian masyarakat akibat penipuan dengan berkedok investasi yang belakangan ini sering muncul," kata Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D Hadad.

Satgas yang merupakan wadah koordinasi antara OJK dengan beberapa kementerian dan penegak hukum itu, akan diberdayakan untuk melakukan upaya preventif melalui edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat agar menghindari penawaran-penawaran investasi yang tidak masuk akal. Satgas juga melakukan upaya

represif dengan melakukan koordinasi dalam rangka penegakan hukum terhadap pihak-pihak yang telah menipu dan merugikan masyarakat.

Peningkatan peran Satgas Waspada Investasi ini merupakan kepedulian OJK yang melihat masih rendahnya tingkat literasi dan akses masyarakat ke lembaga keuangan formal. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Bank Dunia tahun 2011 dan dipublikasikan dalam sebuah lembaga riset di tahun 2012 menunjukkan bahwa akses masyarakat ke industri keuangan formal masih sangat minim.

Menurut penelitian tersebut, akses penduduk Indonesia ke lembaga keuangan formal hanya 20 persen dari total jumlah penduduk. Artinya, jika jumlah penduduk Indonesia tahun 2012 diperkirakan sekitar 250 juta, berarti hanya 50 juta penduduk saja yang pernah berhubungan dengan lembaga keuangan formal, dan jumlah itu akan semakin lebih sedikit bila kita berbicara akses terhadap fasilitas kredit atau pembiayaan.

Untuk itu, OJK telah melakukan survei nasional untuk mengukur tingkat literasi masyarakat Indonesia, yang nantinya akan bermanfaat dalam memberikan gambaran mengenai tingkat literasi berdasarkan wilayah, gender, usia, dan tingkat pendidikan, sehingga dapat lebih mengarahkan program dan sasaran edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat yang ternyata minim tingkat literasinya.

Problematika menyangkut literasi keuangan ini juga yang kami angkat sebagai tulisan utama dalam edisi kedua majalah ini. Tentunya, di samping tulisan tersebut, kami juga menyajikan liputan khas lain yang bisa memperkaya wawasan dan menjadi referensi berharga bagi para pembaca, khususnya terkait edukasi dan perlindungan konsumen di industri jasa keuangan.

Pembaca yang budiman, harapan kami, majalah ini mampu menjadi jembatan informasi untuk seluruh stakeholder OJK pada khususnya, dan kalangan masyarakat luas pada umumnya. Doa kami, edisi-edisi majalah ini akan terus hadir dan menjadi tonggak sejarah langkah OJK dalam memberikan perlindungan bagi konsumen dan masyarakat luas.

Selamat membaca.

Redaksi

Redaksi menerima kiriman naskah dan berhak mengedit naskah tanpa menghilangkan intisari dari artikel sebelum dipublikasikan

EDUKASI KONSUMEN

DEWAN PELINDUNG: DR. Muliaman D. Hadad (Ketua Dewan Komisiner OJK) **DEWAN PENASEHAT:** DR. Kusumaningtuti S Soetiono, S.H., LL.M (Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen), Sri Rahayu Widodo (Deputi Komisiner EPK) **PEMIMPIN UMUM/PEMIMPIN REDAKSI:** Agus Sugiarto (Direktur Informasi dan Edukasi) **REDAKTUR AHLI:** Sondang Martha (Direktur Pelayanan Konsumen), Anto Prabowo (Direktur Pengembangan Kebijakan Perlindungan Konsumen), Heni Nugraheni (Direktur Pembelaan Hukum Perlindungan Konsumen) **REDAKTUR:** Eko Ariantoro (Kepala Divisi Informasi) **REDAKSI:** Anggota Tim Direktorat Informasi dan Edukasi **PENERBIT:** Bidang Edukasi & Perlindungan Konsumen OJK **ALAMAT REDAKSI:** Menara Radius Prawiro Lantai 2, Komplek Perkantoran Bank Indonesia, Jl. MH Thamrin No. 2, Jakarta 10350 **TELEPON:** (Kode Area) 500655 **FAKSIMILI:** (021) 3866032 **EMAIL:** konsumen@ojk.go.id **WEBSITE:** www.ojk.go.id

DAFTAR ISI

FOKUS

PERBANKAN

28 *Branchless Banking*

Ekspansi dengan Modal Mini

Branchless banking menjadi strategi regulator membantu industri berekspansi. Dengan aturan tersebut diharapkan mampu mendorong kinerja bank. Dan bank tidak lagi dipusingkan dengan tingginya biaya ekspansi.

PASAR MODAL

33 **Krisis Global dan Anjloknya IHSG**

Kondisi ekonomi di pertengahan tahun ini sedikit mengingatkan kita pada kondisi perekonomian tahun 2008. Saat itu, Indonesia mengalami krisis ekonomi akibat anjloknya IHSG serta terjun bebasnya pergerakan rupiah terhadap dollar Amerika.

SOROTAN UTAMA

10 **Menuju Masyarakat yang *Well Literate***

Upaya meningkatkan pengetahuan masyarakat akan seluk beluk lembaga dan produk keuangan telah dilakukan sejak OJK berdiri melalui program literasi keuangan. Dengan program tersebut diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan lebih baik dan mengetahui manfaat dan risikonya, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen keuangan.

17 **Mengerek Literasi Pasar Modal Nasional**

Survei Nasional Literasi Keuangan yang diadakan OJK menunjukkan bahwa 90 persen masyarakat Indonesia belum mengenal tentang industri pasar modal. Sisi positif dari survei ini adalah peluang untuk meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa pasar modal masih terbuka sangat lebar. Namun, untuk memanfaatkan peluang tersebut secara optimal ada syaratnya: indeks literasi pasar modal masyarakat harus ditingkatkan.

20 **Perlahan Namun (Harus) Pasti**

Industri keuangan non bank (IKNB) mulai diminati masyarakat. Ini terlihat dari pertumbuhan yang tinggi dalam kurun waktu satu dekade terakhir. Ini pratanda bahwa literasi di sektor keuangan non bank perlahan menunjukan tren positif di tengah potensi pasar yang luas.

INSPIRASI

04 **Rahmat Waluyanto : Rahmat dan Spirit tak Mau Gagal**



DIALOG

24 **Nurhaida Kami Ingin Meningkatkan Penetrasi Investor Lokal**



KEUANGAN NON BANK**38 Asuransi Mikro :****Proteksi Hingga Pelosok Daerah**

Berpenghasilan rendah, sebagian besar masyarakat kita rentan jatuh ke dalam kemiskinan saat dilanda bencana. Kehadiran asuransi mikro yang memproteksi 'wong cilik' menjadi harapan baru perbaikan kesejahteraan mereka dengan masa depan yang lebih terjamin.

**42 GLOBAL****DARI RUSIA MENGGALI LITERASI KEUANGAN**

Literasi keuangan dan perlindungan konsumen sudah lama menjadi isu global. Namun, dari sisi implementasi masih dirasa belum maksimal. Padahal, keduanya bisa mendukung stabilitas sistem keuangan yang sehat dan berkesinambungan.

**44 PERSPEKTIF****Retno Ici :****Bahaya Laten Opini Media****TINJAUAN REGULASI****46 Kebijakan Buyback di Pasar Modal****GALERI PENDAPAT****48 Untung Rugi Kebijakan Uang Muka****TELAAH PRODUK****50 Rekening Ponsel: Ayo ke Bank Lewat Ponsel****52 SELEBRITAS****54 TERMINOLOGI KEUANGAN****56 TAHUKAH ANDA ?****58 SIPEKA MENJAWAB****59 KABAR OTORITAS****62 SEREMONIAL**

Rahmat dan Spirit Tak Mau Gagal

“Saya orang yang punya kuping tipis. Saya tidak mau mendengar orang mengatakan saya gagal. Saya tidak bisa melihat kenyataan kalau saya adalah orang yang gagal. Itu yang memotivasi saya untuk tidak boleh gagal.”

Untaian kata-kata itu awalnya merupakan penyemangat bagi seorang Rahmat Waluyanto muda begitu menginjakkan kakinya di dunia nyata. Dan kata-kata itu mulai menemukan momentumnya sejak dia memasuki dunia kerja.

Selepas menuntaskan kuliah strata satu di Universitas Gadjah Mada, Rahmat memutuskan untuk mendaftarkan diri pada Kementerian Keuangan yang pada medio 80-an tengah membuka lowongan.

Pilihan itu bukan tanpa sebab. Terbukanya kesempatan untuk melanjutkan jenjang pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi menjadi alasan Rahmat memilih Kementerian Keuangan sebagai tempat meniti karier. Padahal dengan bekal lulusan akuntansi, ia bisa saja memilih bidang lain, yang saat itu banyak dibutuhkan perusahaan swasta besar di bidang perminyakan dan tambang.

Selain itu, sejak di bangku sekolah

menengah, Rahmat sering membaca novel tentang petualangan orang Indonesia yang sekolah di luar negeri dan terobsesi untuk sekolah ke luar negeri. “Kelihatannya orang kalau hidup di luar negeri itu menyenangkan. Jadi saya punya cita-cita untuk sekolah di luar negeri,” cerita Rahmat.

Keputusannya itu boleh dibilang tak keliru. Beberapa tahun setelah menjadi pegawai Kementerian Keuangan -dulu Departemen Keuangan, Rahmat kemudian mendaftar untuk mendapatkan beasiswa Master.

Pada awal 90-an, pria yang lahir dan menghabiskan masa kanak-kanak di Lampung ini berangkat ke Amerika Serikat untuk menempuh studi di University of Denver, Colorado, untuk merengkuh Master of Business Administration.

Tampaknya keinginan kuat belajar sudah menjadi obsesinya. Selepas mendapatkan gelar Master pada 1992, dia pun melanjutkan pendidikannya ke Inggris tepatnya di University of Birmingham,

untuk mengambil gelar Doktoral di Fakultas Akuntansi dan Keuangan.

Ketika menamatkan studinya itu, berbarengan dengan krisis ekonomi yang mulai memercik. Rahmat pun dilanda kebingungan karena merasa beban hidupnya bertambah berat. “Pulang studi di tahun 1997, itu masih krisis dan keadaan yang sangat sulit. Bagaimana saya harus membiayai keluarga, sementara gaji PNS saat itu sangat kecil. Saya *down*,” tutur Rahmat.

Namun demikian, lelaki yang memulai karier sebagai staf di Direktorat Pengawasan BUMN itu merasa bahwa inilah tantangan awal yang harus dihadapi pasca selesai belajar di luar negeri.

“Saya pun berpikir, saya tidak boleh gagal. Saya pun memilih untuk mengajar di tujuh tempat. Lumayan, ketika itu kalau ditotal bisa mendapat penghasilan tambahan Rp15 juta, itu tahun 1997-1998.”

Sejak itu, tantangan memang seperti teman karib bagi lelaki kelahiran 3





Rahmat Waluyanto
Wakil Ketua Dewan Komisiner OJK

Oktober 1956 itu. Meski begitu semuanya bisa dihadapinya dengan cukup berhasil. Ada beberapa tantangan yang menurut lelaki yang paham betul seluk beluk surat utang negara ini, yang hingga kini masih membekas diingatkannya.

Pertama adalah tahun 2005, saat industri reksadana diterpa bencana karena adanya penarikan (*redemption*) besar-besaran. Saat itu yang paling terpukul adalah surat berharga milik pemerintah karena instrumen itu menjadi *underlying* reksadana.

Menurut dia, ada dua faktor yang menjadi penyebab. *Pertama*, waktu itu berbarengan dengan menyesuaikan harga BBM yang dilakukan sebanyak dua kali pada 2005. *Kedua*, saat itu juga diterapkan ketentuan *marked to market* bagi reksadana. "Pada tahun itu, *pressure* terhadap saya sangat tinggi," kata Rahmat.

Tekanan itu disebabkan karena Rahmat yang waktu itu menjabat Direktur Manajemen Penjaminan Utang Negara di Direktorat Jenderal Perbendaharaan

diserahi target untuk menerbitkan Surat Berharga Negara (SBN) untuk menutup defisit APBN.

Akan tetapi cobaan itu berhasil dilewatinya, bahkan memunculkan strategi jitu *debt switch* dengan menukarkan obligasi negara yang berjangka pendek dengan yang tenornya lebih panjang.

"Kalau SBN jangka panjang terlalu banyak, nantinya risiko *refinancing* sangat tinggi. *Nah*, mulai saat itu asing banyak masuk, dan saya mulai agresif melakukan *reprofiling* program dengan *debt switching* melalui lelang," kisah Rahmat.

Momen terberat dalam karier profesionalnya juga terjadi tahun 2008. Saat itu indeks jatuh mendekati 1.000, nilai tukar sempat hinggap di level Rp14.000 per dollar AS, BI Rate di angka 9,50. Hal itu membuat Rahmat yang menjadi orang yang berada di garis depan pengelolaan utang tidak bisa tidur. Di pasar keuangan kala itu tidak ada pilihan kecuali opsi-opsi yang sulit dan

Tekanan yang begitu besar saat itu memaksa saya kadang harus pulang larut, tanpa ganti baju, dasi, langsung tertidur di sofa. Ketika bangun ternyata sudah pagi dan pakaian kerja masih melekat.



Rahmat Waluyanto

Tempat dan Tanggal Lahir

Lampung, 3 Oktober 1956

Pendidikan

- (1983) Universitas Gajah Mada - Sarjana Akuntansi
- (1992) University of Denver, Colorado, AS – Master of Business Administration
- (1997) University of Birmingham, UK - Doktoral di Fakultas Akuntansi dan Keuangan

Karir

- (1985 - 1988) Staf Direktorat Pengawasan BUMN
- (1988 - 1993) Kepala Seksi Direktorat Institusi Keuangan dan Akuntansi
- (1999 - 2000) Kepala Sub-direktorat di Kantor Direktorat Pengawasan Akuntan dan Penilai
- (2000 - 2001) Koordinator Divisi Manajemen Kas di Kantor Direktorat Jenderal untuk Institusi Keuangan
- (2001 - 2004) Kepala Departmen Manajemen Portofolio di Kantor Manajemen Obligasi Negara
- (2004 - 2005) Kepala Sub-direktorat untuk Divisi Manajemen Portofolio dan Risiko
- (2005 - 2006) Direktur Manajemen Penjaminan utang Negara di Direktorat Jenderal Perbendaharaan
- (2005 - 2012) Komisaris PT Polytama Propindo
- (2007 - 2012) Komisaris PT PLN
- (2007 - 2012) Komisaris PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
- (2008) Deputi Gubernur International Monetary Fund
- (2009 - 2012) Dirjen Pengelolaan Utang Negara Kementerian Keuangan
- (2012 - Kini) Wakil Ketua Dewan Komisiner OJK



Prinsipnya saya ingin meninggalkan legacy yang baik. Seperti juga saya ingin meninggalkan legacy yang baik di OJK. Jadi di setiap tempat memang saya ingin meninggalkan legacy yang baik.

berbahaya.

Waktu itu likuiditas di dalam negeri kering. Kalau pemerintah menerbitkan *bond*, akan terjadi *crowding out*. Artinya pembiayaan swasta akan terdesak karena pemerintah akan masuk ke pasar dalam jumlah besar waktu. Sementara jika pemerintah memaksa menerbitkan *bond* maka *yield* akan semakin tinggi, harga turun, biaya bunga utang membengkak dan membebani APBN.

Akhirnya Rahmat dan tim di Debt Management Office waktu itu memutuskan untuk menerbitkan obligasi di pasar internasional sebesar 3 miliar dollar AS. "Tetapi orang pada menertawakan saya, karena dalam situasi krisis seperti ini berani-beraninya menjual *bond* di pasar internasional," kisah Rahmat.

Namun bagi dia saat itu adalah bagaimana agar APBN itu aman dengan ongkos berapapun. Oleh karena itu, meski harus membayar *yield* 11,75 persen waktu itu, dan dikritik publik karena terlalu mahal, Rahmat berhasil menghindarkan anggaran negara dari risiko kehilangan kepercayaan dari pasar dan investor.

Terbukti keputusan pemerintah waktu itu relatif berhasil karena akhirnya kepercayaan dari investor pulih, dan anggaran pemerintah aman. Bahkan di tahun 2009, pemerintah justru bisa melakukan penghematan atas pembayaran bunga utang di APBN.

Pengorbanan yang dilakukannya dalam mempersiapkan penawaran obligasi internasional yang pertama kali bagi Indonesia terasa tidak sia-sia. "Tekanan yang begitu besar saat itu memaksa saya kadang harus pulang larut, tanpa ganti baju, dasi, langsung tertidur di sofa. Ketika bangun ternyata sudah pagi dan pakaian kerja masih melekat," cerita Rahmat.

Apa yang sudah dikerjakannya itu merupakan buah dari prinsip hidupnya selama ini, yaitu selalu berupaya untuk tidak gagal. "Saya orang yang punya kuping tipis. Saya tidak mau mendengar orang mengatakan saya gagal. Saya tidak bisa melihat kenyataan kalau saya adalah orang yang gagal. Itu yang memotivasi saya untuk tidak boleh gagal. Apakah berhasilnya sejauh mana, itu saya tidak tahu, tetapi tidak

boleh gagal menurut diri saya,” begitu ucapnya.

Bapak dari dua orang putera ini memang diakui merupakan orang yang mengetahui banyak hal tentang utang Indonesia. Maklum, dirinya sudah menjabat Direktur Jenderal Pengelolaan Utang Kementerian Keuangan sejak tahun 2006. Bersama Mulia P Nasution dan Fuad Rachmany, dia dikenal sebagai “The Three Musketeers” dari Lapangan Banteng.

Perjalanan kariernya juga tergolong mulus. Usai menjalani tugas sebagai Staf Direktorat Pengawasan BUMN pada tahun 1985, dia kemudian dipromosikan menjadi Kepala Seksi Direktorat Institusi Keuangan dan Akuntansi pada 1988

sampai 1993. Sejak tahun 2001, dirinya lebih banyak berkecimpung mengurus portofolio utang negara. Dia juga sempat menjabat Deputy Gubernur di International Monetary Fund sejak 2008.

Selain itu prestasinya yang tak kalah penting adalah pernah menjadi Ketua Tim Kerja Penyusunan Undang-undang tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan Anggota Panitia Penyusun Rancangan Undang-undang tentang Jaringan Pengaman Sektor Keuangan (JPSK).

Tak cuma itu, Rahmat juga tercatat menerima penghargaan bergengsi dari beberapa lembaga internasional, salah satunya menjadi wakil pemerintah sebagai The Best Issuer dari Euro Money.

Kerja keras dan integritasnya pada dua kerja tidaklah terlalu mengherankan. Hal itu disebabkan sejak awal berkarier dia selalu menetapkan dirinya agar selalu bisa meninggalkan *legacy* yang bisa selalu dikenang orang-orang setelah dia.

“Prinsipnya saya ingin meninggalkan *legacy* yang baik. Seperti juga saya ingin meninggalkan *legacy* yang baik di OJK. Jadi di setiap tempat memang saya ingin meningkatkan *legacy* yang baik,” tutur dia.

Connector di OJK

Cerita bagaimana dia bisa bergabung dengan Otoritas Jasa Keuangan juga menjadi kisah menarik tersendiri.



Ini salah satu pertimbangan dari Menteri Keuangan bahwa salah satu Dewan Komisiner OJK harus ada yang dari Kementerian Keuangan. Jadi kehadiran saya di OJK diharapkan membantu dalam koordinasi dan komunikasi antara OJK dan Kementerian Keuangan.



Rahmat Waluyanto

Tempat dan Tanggal Lahir

Lampung, 3 Oktober 1956

Pendidikan

- (1983)** Universitas Gajah Mada - Sarjana Akuntansi
- (1992)** University of Denver, Colorado, AS – Master of Business Administration
- (1997)** University of Birmingham, UK - Doktorat di Fakultas Akuntansi dan Keuangan

Karir

- (1985 - 1988)** Staf Direktorat Pengawasan BUMN
- (1988 - 1993)** Kepala Seksi Direktorat Institusi Keuangan dan Akuntansi
- (1999 - 2000)** Kepala Sub-direktorat di Kantor Direktorat Pengawasan Akuntan dan Penilai
- (2000 - 2001)** Koordinator Divisi Manajemen Kas di Kantor Direktorat Jenderal untuk Institusi Keuangan
- (2001 - 2004)** Kepala Departmen Manajemen Portofolio di Kantor Manajemen Obligasi Negara
- (2004 - 2005)** Kepala Sub-direktorat untuk Divisi Manajemen Portofolio dan Risiko
- (2005 - 2006)** Direktur Manajemen Penjaminan utang Negara di Direktorat Jenderal Perbendaharaan
- (2005 - 2012)** Komisaris PT Polytama Propindo
- (2007 - 2012)** Komisaris PT PLN
- (2007 - 2012)** Komisaris PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
- (2008)** Deputi Gubernur International Monetary Fund
- (2009 - 2012)** Dirjen Pengelolaan Utang Negara Kementerian Keuangan
- (2012 - Kini)** Wakil Ketua Dewan Komisiner OJK

Awalnya, Rahmat mengaku tidak berniat untuk bergabung dengan lembaga yang resmi dibentuk tahun 2012 lalu. Pengalaman dan posisinya sebagai orang yang paham betul seluk-beluk obligasi negara membuatnya merasa lebih dibutuhkan di Kementerian Keuangan.

Namun, karena waktu itu Menteri Keuangan Agus Martowardojo memintanya ikut seleksi anggota dewan komisioner OJK, dia pun menyanggupinya. Saat itu Menkeu – seperti diceritakan Rahmat-menganggap bahwa hubungan antara Kemkeu dan OJK itu akan sangat erat dan karenanya dibutuhkan seseorang yang bisa menjembatani keduanya.

Sebagaimana diketahui, OJK dan Kemenkeu berada dalam satu atap dalam Forum Koordinasi Stabilitas Sistem Keuangan (FKSSK). Jika ada krisis, dan pemerintah harus melakukan *bailout*, maka Kemenkeu-lah pihak yang menginisiasi keputusan itu.

“Ini salah satu pertimbangan dari Menteri keuangan bahwa salah satu Dewan Komisiner OJK harus ada yang dari kementerian keuangan. Jadi kehadiran saya di OJK diharapkan membantu dalam koordinasi dan komunikasi antara OJK dan Kementerian Keuangan,” ulas Rahmat.

Sebagai orang nomor dua di institusi tersebut, tugasnya adalah mengurus internal dan juga sebagai Ketua Komite Etik OJK. Namun demikian perannya meluas karena dia juga terlibat dalam semua pengambilan keputusan di bidang pengaturan pengawasan perbankan, pasar modal, IKNB, dan bidang edukasi dan perlindungan konsumen, hingga bidang audit *risk* manajemen. Dia juga menangani hal-hal internal seperti keuangan, SDM, organisasi, IT, dan hukum.

Hal itu tentu menambah cakrawala pengetahuannya di sektor jasa keuangan dan berkesempatan memahami secara lebih mendalam perekonomian secara makro dan mikro. “Kalau dulu terbatas di pasar SBN, sekarang meliputi semua lembaga keuangan. Ini menempatkan saya pada posisi unik,” kata Rahmat lagi.

Bahkan tak jarang, lelaki yang sempat dijuluki “Bapak Surat Utang Negara” ini

juga memerlukan diri berdiskusi atau sekadar berbincang-bincang dengan pegawai dari divisi-divisi yang ada di OJK.

Tak cuma itu dia juga kerap kali sengaja mendatangi pejabat di otoritas untuk bertukar pikiran di luar forum resmi. “Saya mencoba mengembangkan program yang sifatnya membangun kebersamaan, baik itu kebersamaan dengan sesama di OJK, atau dengan rekan otoritas lain,” ujar Rahmat.

Menurut dia, membangun kebersamaan itu penting untuk melancarkan koordinasi karena itulah yang menjadi penyebab kegagalan Financial Sector Authority di Inggris. Kegagalan di lembaga itu, kata Rahmat, bukan masalah teknis, tetapi karena hubungan pucuk pimpinan kedua lembaga, yakni FSA dan Bank Of England itu tidak baik. Sehingga mengganggu proses pelaksanaan tugas masing-masing pihak.

“Kami, setiap bulan melakukan *deputies meeting* untuk lembaga-lembaga yang tergabung dalam FKSSK. Kalau dalam UU OJK hanya mengatur pertemuan puncak pimpinan lembaga, tetapi dalam kenyataannya kita memandang perlu melibatkan para deputi,” kata Rahmat.

Meski saat ini sudah menduduki posisi strategis di lembaga strategis, Rahmat mengaku tidak banyak yang berubah dari dirinya. Kebiasaannya membantu orang-orang sekitarnya yang dinilai membutuhkan tetap dijalaninya.

Malahan dia mengaku bahwa apa yang dicapainya saat ini boleh jadi adalah karena doa dari orang-orang yang pernah ditolongnya. Oleh karenanya dia akan berusaha membantu orang lain terutama orang kecil. “Doanya mereka itu luar biasa. Saya tidak mengharapkan bantuan dari mereka, cukup dengan doanya saja,” kata dia.

Kini Rahmat yang merasa mulai menemukan waktu-waktu luang mencoba untuk menikmati hobinya mendengarkan alunan musik dan sesekali berjalan-jalan berdua dengan sang istri. “Kini kalau di rumah saya santai, dengar musik. Bahkan saya menikmati musik yang saya *download* dari Youtube, karena di situ musik-musik *lawas* ada videonya.” / Tim EPK

“**Saya mencoba mengembangkan program yang sifatnya membangun kebersamaan, baik itu kebersamaan dengan sesama di OJK, atau dengan rekan otoritas lain.**







Literasi Keuangan

Menuju Masyarakat yang Well Literate

Upaya meningkatkan pengetahuan masyarakat akan seluk beluk lembaga dan produk keuangan telah dilakukan sejak OJK berdiri melalui program literasi keuangan. Dengan program tersebut diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan lebih baik dan mengetahui manfaat dan risikonya, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen keuangan.

Di dalam dunia modern saat ini hampir semua orang mengenal uang, dan hampir selalu menginginkannya. Akan tetapi sangat sedikit yang memahaminya. Memahami dalam hal ini juga termasuk kemampuan mengelola uang dan mengetahui konsekuensi yang ditimbulkan dari setiap transaksi menggunakan uang.

Sebagai negara berkembang yang memiliki wilayah sangat luas dan penduduk nomor empat terbesar di dunia, Indonesia menghadapi masalah banyaknya penduduk yang belum

memahami masalah keuangan. Dengan kata lain, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih rendah.

Istilah tingkat literasi keuangan merujuk pada kemampuan seseorang untuk dapat memahami dan mengevaluasi informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan dengan memahami konsekuensi finansial yang ditimbulkan.

Bukti nyata dari rendahnya literasi keuangan ditunjukkan oleh masih sedikitnya masyarakat yang 'bersentuhan' dengan lembaga keuangan maupun produk keuangan. Hal itu masih menjadi gambaran umum, bahkan di

saat pendapatan perkapita masyarakat Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pada tahun 2000 pendapatan nasional masih sekitar Rp6,8 juta dan 12 tahun kemudian menjadi Rp33,9 juta, yang berarti naik lima kali lipat.

Berdasarkan survei yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan –dan merupakan survei paling mutakhir–disebutkan bahwa hanya 21,84 persen penduduk Indonesia yang tergolong *well literate*. Hal

ini berarti 22 orang dari 100 orang yang disurvei memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan serta produk dan jasanya. Termasuk juga manfaat, risiko serta hak dan kewajibannya.

Survei itu dilakukan di 20 provinsi dengan jumlah responden mencapai 8 ribu orang yang dilaksanakan pada semester pertama tahun ini. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *stratified random sampling*, sampel diambil secara acak pada kelompok-

kelompok survei yang sudah dibagi.

Dari hasil survei itu juga muncul fakta bahwa perbankan adalah lembaga keuangan yang paling dikenal oleh masyarakat, sementara pasar modal berada di sisi lainnya. Saat ini dari 100 orang di Indonesia, ada 57 orang yang sudah memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Angka itu berturut-turut diikuti oleh asuransi sebanyak 12 orang, lembaga pembiayaan (*multifinance*) sebanyak 7 orang, pegadaian 5 orang dan pasar modal 1 orang.

Data sesuai tabel dibawah memperlihatkan kepada kita bahwa secara keseluruhan masyarakat Indonesia masih belum memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai. Pendapatan per kapita masyarakat yang terus meningkat harus diimbangi dengan pemberian edukasi soal keuangan yang memadai agar masyarakat lebih melek finansial.

Ya, pemberian edukasi



Indeks Literasi Keuangan Sektor Jasa Keuangan

	Perbankan	Asuransi	Perusahaan Pembiayaan	Dana Pensiun	Pasar Modal	Pegadaian
Well Literate	21.80%	17.84%	9.80%	7.13%	3.79%	14.85%
Sufficient Literate	75.44%	41.69%	17.89%	11.74%	2.40%	38.89%
Less Literate	2.04%	0.68%	0.21%	0.11%	0.03%	0.83%
Not Literate	0.73%	39.80%	72.10%	81.03%	81.03%	45.44%

Sumber: Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK

Indeks Utilitas Produk dan Jasa Sektor Keuangan*

	Perbankan	Asuransi	Perusahaan Pembiayaan	Dana Pensiun	Pasar Modal	Pegadaian
Utilitas	57.58%	11.81%	6.33%	1.53%	0.11%	5.04%



“Tahun ini OJK telah menetapkan bahwa literasi keuangan menjadi salah satu program strategis yang diwujudkan dalam bentuk Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia.”

Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen
Kusumaningtuti S Setiono

adalah kata kunci untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia. Setelah selama bertahun-tahun tidak ada lembaga khusus yang memperhatikan masalah ini, mulai tahun 2013 hadir Otoritas Jasa Keuangan dengan salah satu bidangnya yaitu Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK). Bahkan salah satu fokus OJK di tahun pertamanya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat akan produk-produk keuangan yang dalam hal sama dengan meningkatkan literasi keuangan masyarakat.

Pemberian edukasi itu tidak harus mengenai materi yang sangat rumit, cukup sederhana saja. Misalkan Anda memiliki uang Rp100 juta dalam rekening tabungan yang mendapatkan bunga 6 persen per tahun. Jika uang itu didiamkan dalam tabungan, berapa

banyak yang akan Anda kumpulkan setelah lima tahun: lebih dari Rp106 juta, tepat Rp102 juta, atau kurang dari Rp106 juta?

Pemberian edukasi mengenai pentingnya memahami lembaga keuangan beserta produk-produk yang dihasilkannya diharapkan bisa meningkatkan jumlah masyarakat yang menggunakan lembaga keuangan. Selain itu, dengan memahami persoalan-persoalan semacam itu, masyarakat diharapkan bisa lebih rasional dalam memanfaatkan instrumen-instrumen keuangan.

Masyarakat perlu diberikan pengetahuan yang mencukupi mengenai berbagai hal yang terkait dengan masalah keuangan seperti pengenalan mengenai lembaga jasa keuangan, apa

saja produk dan jasa keuangan, fitur-fitur yang melekat pada produk dan jasa keuangan, manfaat dan risiko dari produk dan jasa keuangan, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen pengguna jasa keuangan.

Selain itu, masyarakat juga perlu diberikan kemampuan dan keterampilan minimum bagaimana caranya menghitung bunga, hasil investasi, denda dan sebagainya. Hal itu diperlukan agar masyarakat lebih memahami bahwa semua produk dan jasa keuangan bukan hanya semata-mata memberikan keuntungan tetapi juga mengandung biaya-biaya yang harus ditanggung oleh konsumen.

Strategi Nasional

Nah, untuk melaksanakan edukasi itu dibutuhkan strategi yang jitu dan matang agar hasilnya bisa optimal. Untuk itulah, OJK melalui bidang edukasinya sudah sangat gencar menggelar sosialisasi dan survei-survei untuk mendukung peningkatan literasi keuangan.

Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Kusumaningtuti S Setiono mengatakan, bahwa tahun ini OJK telah menetapkan bahwa literasi keuangan menjadi salah satu program strategis yang diwujudkan dalam bentuk Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia.

Dalam menyusun cetak biru itu, OJK melibatkan lembaga jasa keuangan serta asosiasi industri jasa keuangan. “Keterlibatan lembaga jasa keuangan

Proses Pelaksanaan Literasi Keuangan



Sumber: Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK



Program Edukasi dan Sosialisasi Literasi Keuangan OJK: "Pemberian edukasi adalah kata kunci untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia. Setelah selama bertahun-tahun tidak ada lembaga khusus yang memperhatikan masalah ini, mulai tahun 2013 hadir Otoritas Jasa Keuangan dengan salah satu divisinya yaitu Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK)."

serta asosiasi industri jasa keuangan sangat diperlukan agar program literasi dan edukasi yang dicanangkan, menjadi tujuan seluruh pelaku industri jasa keuangan," kata Kusumaningtuti.

Dalam dokumen yang dilansir oleh OJK, strategi tersebut terdiri dari tiga pilar, yang merupakan kerangka dasar untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang *well literate*. Dan masing-masing pilar tersebut memiliki tujuan yang berbeda-beda.

Pilar *pertama* adalah Edukasi dan Kampanye Nasional Literasi Keuangan. Pilar itu bertujuan meningkatkan *awareness*, pengetahuan dan keterampilan masyarakat mengenai produk dan jasa keuangan. Serta mengubah pola pikir dan perilaku keuangan masyarakat; dan meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan.

Pilar *kedua* adalah Penguatan Infrastruktur Literasi Keuangan yang bertujuan memperkuat dan mendukung

edukasi dan kampanye nasional Literasi Keuangan. Selain itu, juga untuk memperluas dan mempermudah akses informasi Literasi Keuangan; dan memastikan keberlangsungan program Literasi Keuangan.

Pilar *ketiga* yang juga merupakan pilar pamungkas adalah Pengembangan Produk dan Jasa Keuangan. Langkah ini bertujuan untuk mendorong lembaga jasa keuangan dalam mengembangkan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta mendorong lembaga jasa keuangan meningkatkan kualitas produk dan jasa keuangan. Tak lupa pula mendorong lembaga jasa keuangan memperluas jangkauan area layanan jasa keuangan.

Sejatinya, Indonesia bukanlah negara pertama yang memiliki Strategi Nasional Literasi Keuangan. Beberapa negara lain yang telah menyusun dan memiliki Strategi Nasional Literasi Keuangan, antara lain Inggris, Amerika Serikat, Australia, Selandia Baru, India dan



Masyarakat dan Produk Jasa Keuangan: "Masyarakat Indonesia masih belum memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai. Pendapatan per kapita masyarakat yang terus meningkat harus diimbangi dengan pemberian edukasi soal keuangan yang memadai agar masyarakat lebih melek finansial."



“Semakin meningkatnya literasi keuangan masyarakat, potensi transaksi keuangan akan semakin tinggi, sehingga mendorong para pelaku industri jasa keuangan menciptakan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.”

Direktur Informasi dan Edukasi OJK
Agus Sugiarto

Strategi Nasional Literasi Keuangan



Sumber: Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK

Kanada.

Malahan, masalah rendahnya tingkat literasi keuangan tidak hanya monopoli negara berkembang saja. Amerika Serikat sebagai negara maju dalam bidang keuangan juga punya masalah serupa dengan Indonesia. Di negara yang katanya sudah memiliki sistem instrumen keuangan canggih serta kompleks, ternyata juga masih terkendala soal banyaknya masyarakat yang belum melek soal keuangan.

Problem serupa juga menjadi pekerja rumah tersendiri bagi negara-negara maju lainnya. “Itu adalah fakta yang ada selama bertahun-tahun bahwa sebagian besar masyarakat umum di negara-negara dunia yang berbahasa Inggris adalah bodoh secara keuangan,” tulis Niall Ferguson, seorang sejarawan

di Harvard University, dalam buku yang tentang sejarah keuangan, *The Ascent of Money*, seperti dikutip dari Majalah *The Economist*.

Bahkan sebuah survei di AS yang dilakukan tahun 2006, menemukan bahwa hanya setengah dari orang Amerika berusia di atas 50 memberikan jawaban yang benar. Pertanyaannya pun mirip dengan yang diajukan OJK dalam edukasi keuangan.

Misalnya, Anda memiliki 100 dollar AS dalam rekening tabungan dan menerima bunga 2 persen per tahun, jika Anda menaruh uang di tabungan tersebut, berapa jumlah yang akan Anda terima setelah lima tahun: lebih dari 102 dollar AS, tepat 102 dollar AS, atau kurang dari 102 dollar AS? Dan akankah investor yang menerima bunga 1 persen ketika

inflasi sebesar 2 persen, dananya akan turun atau tetap sama?

Masih di AS, negara itu juga baru mendirikan badan khusus yang mengurus masalah literasi keuangan ini pada awal 2008. Lembaga yang langsung di bawah Presiden George Bush waktu itu diluncurkan sebagai bagian dari respons dari krisis keuangan yang diikuti

Beberapa Negara yang Telah Memiliki Strategi Nasional Literasi Keuangan



Inggris : Toward a National Strategy for Financial Capability



Amerika Serikat : Promotional Financial Success in the United States : National Strategy for Financial Literacy



Australia : National Financial Literacy Strategy



Selandia Baru : National Strategy for Financial Literacy



India : National Strategy for Financial Education



Kanada : Canadians and Their Money Building a Brighter Financial Future

Sumber: Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK



Memasyarakatkan Literasi Keuangan : "Dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan masyarakat, diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal."

krisis di *subprime mortgage* di negara Paman Sam.

Manfaat Literasi Keuangan

Hampir semua negara saat ini, sangat berkepentingan dengan peningkatan pengetahuan penduduknya tentang finansial. Dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan masyarakat, diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal. Masyarakat bisa memilih produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, mengetahui manfaat dan risikonya, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen keuangan. *Keuangan Indonesia OJK*

Menurut Agus Sugiarto, Direktur Informasi dan Edukasi OJK, semakin meningkatnya literasi keuangan masyarakat, potensi transaksi keuangan akan semakin tinggi. Sehingga mendorong para pelaku industri jasa keuangan menciptakan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

"Kelompok masyarakat bawah yang selama ini kurang mendapatkan akses produk dan jasa keuangan diharapkan memperoleh produk dan jasa keuangan yang murah, terjangkau dan sederhana, namun tetap memiliki manfaat yang besar," kata Agus.

Produk-produk keuangan yang sifatnya *low-cost* seperti ini, tambah dia, sangat diperlukan bagi masyarakat yang

selama ini belum tersentuh dengan industri keuangan, sehingga produk ini dapat menjadi pintu masuk pertama masyarakat untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan.

Sementara itu, manfaat literasi keuangan dari sisi makro ekonomi juga sangat penting, karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan produk dan jasa keuangan.

Konsekuensinya adalah semakin tinggi pula potensi transaksi keuangan yang terjadi sehingga mendorong

pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan maupun menciptakan pemerataan pendapatan dan keadilan. Di samping itu, dengan semakin meningkatnya literasi keuangan masyarakat, diharapkan semakin banyak masyarakat yang menabung dan berinvestasi, yang pada akhirnya menjadi salah satu sumber pembiayaan pembangunan.

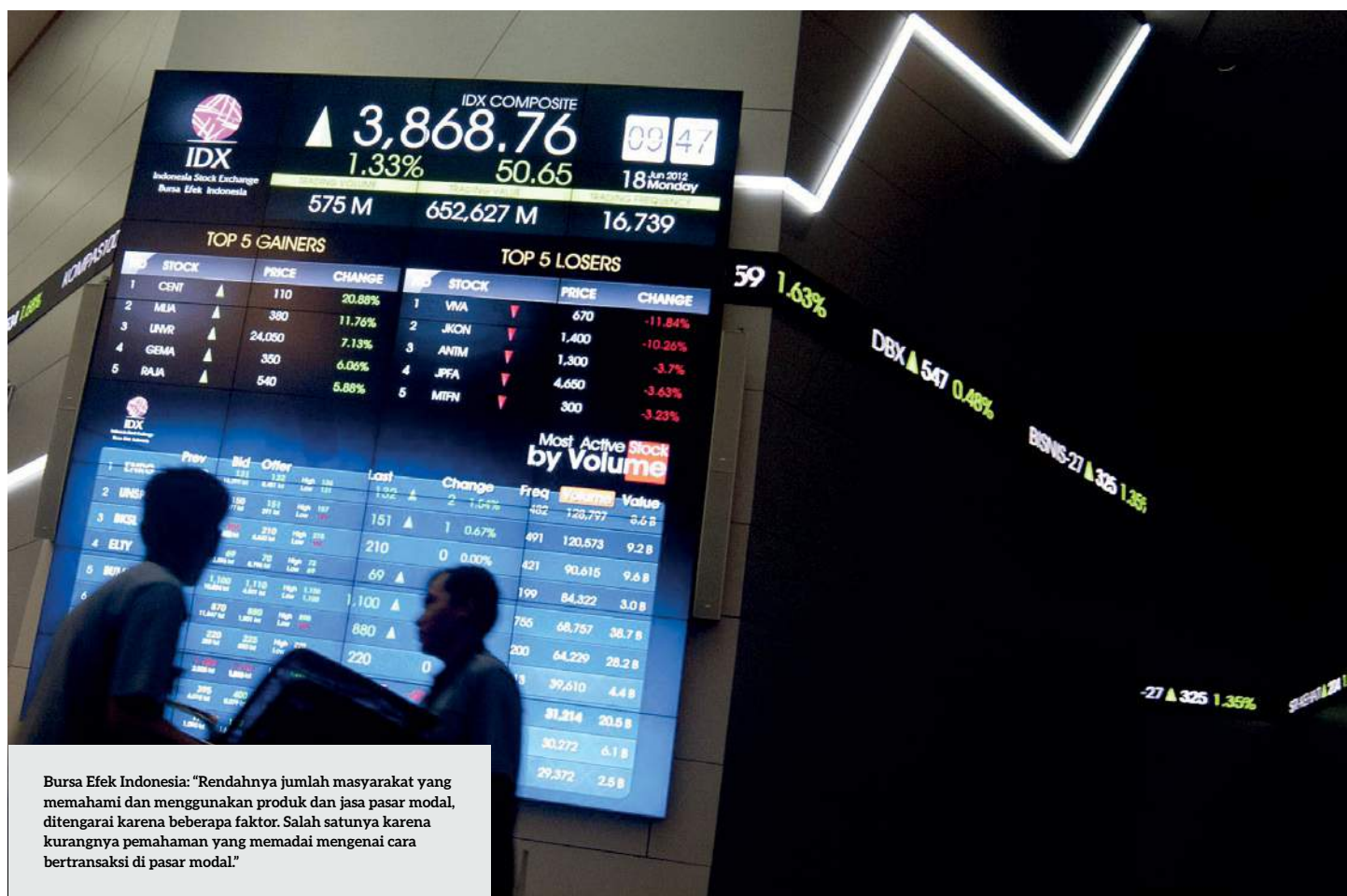
Maka, tidaklah mengherankan jika OJK sangat serius melakukan upaya peningkatan pemahaman masyarakat akan produk keuangan melalui sebuah strategi nasional./ Tim EPK

Prioritas Sasaran dan Kegiatan Literasi Keuangan Nasional

Prioritas	2014	2015	2016	2017	2018
Target	Ibu Rumah Tangga	Pelajar	Karyawan	Ibu Rumah Tangga	Pelajar
		Mahasiswa			Mahasiswa
	UMKM	Profesi	Pensiunan	UMKM	Profesi
Kegiatan	Melakukan Edukasi/ Kampanye Literasi Keuangan	Melakukan Edukasi/ Kampanye Literasi Keuangan	Melakukan Edukasi/ Kampanye Literasi Keuangan	Melakukan Edukasi/ Kampanye Literasi Keuangan	Melakukan Edukasi/ Kampanye Literasi Keuangan
	Membangun Infrastruktur Edukasi	Membangun Infrastruktur Edukasi	Melaksanakan Survei		
			Menyempurnakan Infrastruktur Literasi Keuangan		

Sumber: Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK

Program Edukasi dan Sosialisasi Literasi Keuangan OJK: "Pemberian edukasi adalah kata kunci untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia. Setelah selama bertahun-tahun tidak ada lembaga khusus yang memperhatikan masalah ini, mulai tahun 2013 hadir Otoritas Jasa Keuangan dengan salah satu divisinya yaitu Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK)."



Literasi Keuangan Pasar Modal

Mengerek Literasi Pasar Modal Nasional

Survei Nasional Literasi Keuangan yang diadakan OJK menunjukkan bahwa 90 persen masyarakat Indonesia belum mengenal tentang industri pasar modal. Sisi positif dari survei ini adalah peluang untuk meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa pasar modal masih terbuka sangat lebar. Namun, untuk memanfaatkan peluang tersebut secara optimal ada syaratnya: indeks literasi pasar modal masyarakat harus ditingkatkan.

Pernah mendengar kata-kata seperti *bearish*, *bullish*, ataupun *profit taking*? Kata-kata ini adalah sebagian dari istilah-istilah di dunia pasar modal. Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, jangkakan mengenal kata-kata tersebut, bagaimana berinvestasi di pasar modal saja mereka tidak tahu.

Direktur Bursa Efek Indonesia (BEI) Frederica Widyasari Dewi pernah mengatakan, di Indonesia banyak orang kaya yang belum berinvestasi di pasar modal. Ada beberapa faktor yang menyebabkan mereka enggan menanamkan uangnya di bursa. "Salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang instrumen investasi seperti saham dan reksadana," tutur perempuan yang akrab disapa Kiki ini.

Diakui Kiki, minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi di pasar modal masih rendah dibanding dengan negara-negara tetangga di Asia Tenggara, seperti Singapura dan Malaysia. "Hal itu disebabkan masyarakat kurang mendapatkan pengetahuan, di samping juga mereka pernah menjadi korban penipuan dari lembaga investasi ilegal yang banyak beroperasi di daerah," jelas Kiki.

Ia mengatakan, dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta orang, keinginan masyarakat berinvestasi baru sekitar satu juta orang, atau setengah persen. Di antaranya 400 ribu orang di pasar modal, 500 ribu di reksadana, dan sisanya di ORI (obligasi negara retail).

Minimnya masyarakat yang memanfaatkan pasar modal sebagai wadah investasi ini tak lain karena mereka masih belum mengetahui apa saja keuntungannya jika melakukan investasi di pasar modal. Alhasil, masyarakat yang memiliki uang, lebih memilih menyimpan dananya di bank. Padahal, kata Kiki, kalau bisa berinvestasi saham atau reksadana, potensi keuntungannya lebih menarik dibanding hanya menabung di bank.

Paparan Kiki tak beda jauh dari hasil Survei Nasional Literasi Keuangan yang diadakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Semester I Tahun 2013 di

20 Propinsi dengan melibatkan 8.000 responden.

Meskipun pasar modal merupakan salah satu sektor jasa keuangan yang kapitalisasi pasarnya saat ini sedang tumbuh pesat (per 30 Juni 2013 telah mencapai Rp4.739 triliun), namun Survei Nasional Literasi Keuangan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang tergolong *well literate* tentang pasar modal masih berada di angka 3,79 persen.

Adapun 93,79 persen masyarakat Indonesia masih tergolong *not literate* tentang pasar modal, yang berarti dari setiap 100 orang penduduk Indonesia terdapat 94 orang yang tidak mengenal tentang pasar modal.

Survei ini juga menyebut, rendahnya Indeks Literasi Pasar Modal juga diikuti dengan rendahnya Indeks Utilitas Produk dan Jasa Pasar Modal yang menunjukkan hanya 1 orang dari setiap 1.000 penduduk yang menggunakan produk dan jasa pasar modal.

Rendahnya jumlah masyarakat yang memahami dan menggunakan produk dan jasa pasar modal, ditengarai karena beberapa faktor.

Pertama, kurangnya pemahaman yang memadai mengenai cara bertransaksi di pasar modal. *Kedua*, adanya persepsi di masyarakat umum bahwa produk dan jasa pasar modal memiliki risiko tinggi. *Ketiga*, sebagian besar produk dan jasa pasar modal dimanfaatkan hanya oleh masyarakat kelas menengah atas.

Menyikapi hal ini, kini OJK intens melakukan komunikasi dengan instansi daerah untuk memperkenalkan pasar modal. Kegiatan itu diharapkan dapat memperkuat basis investor domestik, baik individu maupun institusi.

Selain itu, dalam rangka meningkatkan Indeks Literasi dan Indeks Utilitas Produk dan Jasa Pasar Modal, OJK bersama-sama dengan pelaku industri pasar modal di Tanah Air, telah melakukan berbagai kegiatan literasi dan edukasi yang bertujuan untuk memberikan persepsi yang benar kepada masyarakat tentang produk dan jasa pasar modal.



Ada beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat enggan berinvestasi di pasar modal, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang instrumen investasi.

Direktur BEI
Frederica Widyasari Dewi



Kita yakin investor akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan Produk Domestik ruto (PDB) yang diakibatkan kelas menengah yang terus tinggi dan ini akan diraih melalui inovasi dan sosialisasi secara terus-menerus

Ketua Dewan Komisiner
Otoritas Jasa Keuangan
Muliaman D. Hadad

Kegiatan literasi dan edukasi OJK juga dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keyakinan masyarakat tentang industri pasar modal, produk dan jasa pasar modal, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa pasar modal, keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa pasar modal, serta memperluas segmen pengguna jasa dan produk pasar modal.

Dalam suatu kesempatan, Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D Hadad mengatakan, pengembangan pasar modal bisa terjadi seiring dengan peningkatan kelas menengah di Indonesia yang sadar investasi.

“Kita yakin investor akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan Produk Domestik ruto (PDB) yang diakibatkan kelas menengah yang terus tinggi dan ini akan diraih melalui inovasi dan sosialisasi secara terus menerus,” beber Muliaman.

OJK, kata Muliaman, menargetkan sebanyak 800 ribu investor pasar

modal di 2018 atau tumbuh 100 persen dibandingkan sekarang yang berada di angka 400 ribu. Salah satunya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (TI).

Muliaman meyakini, inovasi TI akan lebih memudahkan masyarakat mendapatkan produk-produk pasar modal. “Selain edukasi terhadap investor yang harus dilakukan terus menerus, inovasi TI penting karena kita harapkan produk pasar modal bisa dijual di toserba atau minimarket, supaya tidak terkesan eksklusif,” ungkap Muliaman.

Sebagai implementasi hal tersebut, antara lain, otoritas bursa terus melakukan sosialisasi dan edukasi, antara lain, melalui sekolah pasar modal yang sudah tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan indeks literasi pasar modal nasional akan meningkat pesat, sekaligus mendongkrak pemanfaatan bursa nasional oleh investor domestik sebagai sarana investasi yang aman, nyaman, dan menguntungkan./ Tim EPK



Program Meningkatkan Literasi IKNB: "Untuk mengatasi rendahnya tingkat literasi maupun pemanfaatan produk dan jasa IKNB, diperlukan program dan kegiatan Literasi Keuangan agar masyarakat yang mengerti dan memanfaatkan produk serta jasa IKNB menjadi bertambah jumlahnya.

Literasi IKNB

Perlahan Namun (Harus) Pasti

Industri Keuangan Non Bank (IKNB) mulai diminati masyarakat. Ini terlihat dari pertumbuhan yang tinggi dalam kurun waktu satu dekade terakhir. Ini pertanda bahwa literasi di sektor keuangan non bank perlahan menunjukkan tren positif di tengah potensi pasar yang luas.

Jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia, penetrasi IKNB di Indonesia terhadap pertumbuhan ekonomi masih tertinggal. Tidak perlu mengambil contoh jauh-jauh, dengan Malaysia dan Singapura saja, Indonesia masih kalah bersaing. Namun jika mengukur pertumbuhannya dalam lima hingga sepuluh tahun terakhir, pergerakannya lebih cepat. Ini karena potensi pasar IKNB di Indonesia masih sangat luas. Tak heran, pemain asing di

IKNB pun terus berdatangan.

Sektor yang menunjukkan pertumbuhan tertinggi dari IKNB adalah industri asuransi. Perkembangan industri asuransi di Indonesia belakangan ini cukup pesat. Jumlah premi meningkat tajam, klaim yang dibayar sebagai manfaat berasuransi semakin signifikan. Masyarakat yang berasuransi secara individual ataupun kelompok bertambah banyak.

Di sisi tenaga pemasaran, jumlah agen

asuransi pun terus meningkat. Semua itu membuktikan bahwa asuransi memang sebagai salah satu pembuka lapangan kerja serta bermanfaat bagi ekonomi dan akhirnya masyarakat secara luas. Sudah barang tentu, dukungan fundamental ekonomi dan potensi pasar yang sangat luas membuat sektor asuransi tumbuh pesat.

Memang, dari sisi kinerja, jika dibandingkan dengan kinerja industri sejenis di negara lain, diakui Indonesia



memang masih tertinggal. Tentu saja, kondisi itu terkait dengan tingkat kesejahteraan dan pemahaman masyarakat terhadap manfaat berasuransi.

Perkembangan asuransi di Indonesia berbeda jauh dengan negara-negara maju, seperti Singapura. Negara Singapura sebagian besar penduduknya telah menggunakan asuransi. Ini disebabkan sudut pandang ekonomi Singapura memiliki tingkat perekonomian yang maju. Berbeda dengan dengan Indonesia yang pendapatan perkapitanya masih jauh jika dibandingkan dengan Singapura.

Perbedaan tingkat ekonomi sangat berpengaruh, jika kita melihat Indonesia, bagaimana mereka ingin berasuransi sedangkan untuk makan sehari-hari saja mereka masih kurang. Selain itu keterbatasan informasi yang didapat mengenai asuransi di Indonesia ini juga masih kurang, informasi yang kurang membuat minat untuk berasuransi juga akan sedikit.

Kondisi itu terpapar dalam Indeks Literasi Perasuransian yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang asuransi serta

produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk asuransi (*well literate*), relatif masih sedikit, yaitu 17,84 persen.

Hal itu berarti dari setiap 100 orang penduduk Indonesia, hanya terdapat 18 orang yang memahami tentang asuransi. Rendahnya Indeks Literasi Perasuransian menyebabkan masih kurangnya pemanfaatan produk dan jasa perasuransian oleh masyarakat yang saat ini hanya mencapai 11,81 persen.

Pertanyaannya, apakah masyarakat harus terlebih dahulu sejahtera baru mereka ditawarkan produk asuransi? Atau sebaliknya. Justru karena belum sejahtera sehingga masyarakat perlu dan penting diajak berasuransi? Itulah paradigma asuransi.

Paradigma berasuransi yang terbangun saat ini di masyarakat ialah asuransi identik dengan kemalangan. Entah itu meninggal, kecelakaan, dan lainnya. Karena itu, saat seseorang diajak berasuransi atau ditawarkan polis asuransi, yang terbayang seketika ialah kematian, sakit, atau kecelakaan sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan finansial diri sendiri dan keluarga.

Jika paradigma tadi dibiarkan terus-menerus hidup dalam masyarakat, perkembangan asuransi akan tetap lambat dibandingkan dengan besarnya harapan dan potensi pasar asuransi nasional. Padahal, dengan penduduk yang berjumlah sekira 230 juta jiwa bukanlah pasar kecil bagi asuransi di tengah semakin meningkatnya pendapatan per kapita penduduk.

Oleh sebab itu, pesan proteksi dengan konotasi kemalangan yang masih sering dijual kalangan asuransi, perusahaan, agen, sudah harus diubah dan diganti menjadi pesan kesejahteraan. Di sinilah pentingnya peran agen asuransi sebagai ujung tombak industri ini. Merekalah yang berhadapan langsung dengan masyarakat.

Industri asuransi pun mengakui hal ini bahwa saat ini penetrasi asuransi jiwa masih menjadi tantangan utama di industri. Maka dari itu, agen sebagai ujung tombak harus ditingkatkan jumlah dan pengetahuannya tentang manfaat asuransi, sehingga dalam mendistribusi produk asuransi bisa tepat sasaran dan tepat guna. Peralnya, khusus dari lini asuransi jiwa yang pertumbuhan preminya sangat tinggi, dari total penduduk Indonesia baru sekitar 5,3 persen (12,7 juta jiwa) yang terlindungi asuransi jiwa sebagai tertanggung



Masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang asuransi serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk asuransi (*well literate*), relatif masih sedikit, yaitu 17,84 persen.

individu dan 74,4 juta jiwa atau 31 persen untuk bertanggung kumpulan. Atau total bertanggung adalah sebanyak 87,19 juta jiwa.

Kendati demikian, pertumbuhan bertanggung baik individu maupun kumpulan di asuransi jiwa sudah sangat baik. Bertanggung individu kita tumbuh mendekati 30 persen menjadi 12,7 juta jiwa hingga kuartal kedua tahun ini. Ini cukup menggembirakan, sejalan dengan upaya Asuransi Jiwa mulai giat memasarkan produk *micro insurance* dengan premi terjangkau untuk masyarakat berpenghasilan rendah yang adalah potensi pasar terbesar sektor asuransi.

Demikian juga dengan bertanggung kumpulan yang tumbuh hingga 59,89 persen hingga kuartal kedua 2013 menjadi 74,4 juta jiwa. Ini menunjukkan bahwa sudah banyak perusahaan yang menyadari pentingnya proteksi bagi karyawannya, yang mana jika masa depan karyawan terproteksi asuransi secara baik, tentu menciptakan kepastian

kerja dan iklim usaha yang tumbuh secara sehat.

Maka dari itu, ke depan, inisiatif edukasi literasi keuangan dan pentingnya asuransi yang berkelanjutan yang melibatkan seluruh komponen industri, terutama agen, adalah kunci peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia.

Sektor Lain

Kondisi literasi untuk sektor pembiayaan, dana pensiun dan pegadaian juga belum memberikan catatan berarti. Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia banyak yang belum mengenal industri pembiayaan sebesar 72,10 persen. Sedangkan yang *well literate* di sektor pembiayaan jumlahnya hanya mencapai 9,80 persen. Sehingga Indeks Utilitas jasa pembiayaan oleh masyarakat hanya 6,33 persen.

Tak jauh beda dengan jasa dana pensiun.

Hanya sebagian kecil saja yaitu 7,13 persen dari masyarakat Indonesia yang memahami fungsi dana pensiun dengan baik. Tak heran jika indeks utilitasnya sangat rendah yaitu hanya 1,53 persen. Jika mencermati laporan Tahunan Biro Dana Pensiun Bapepam dan Lembaga Keuangan (sekarang OJK) menunjukkan bahwa pada periode 2007 hingga 2010 ada peningkatan peserta hingga 15,85 persen menjadi 2,8 juta jiwa.

Tahun ini, peserta dana pensiun berkembang menjadi 9 juta jiwa, namun masih sangat minim jika melihat tenaga kerja aktif di Indonesia yang sekitar 119 juta. Sembilan juta pegawai yang telah memiliki dana pensiun ini terdiri dari tiga juta pegawai swasta dan enam juta pegawai pemerintah. Sehingga, masih ada 110 juta pegawai aktif yang belum memiliki dana pensiun karyawan dan menjadi potensi yang sangat besar.

Berdasarkan data OJK, pada akhir 2012 jumlah tenaga kerja Indonesia, khususnya tenaga kerja yang termasuk

dalam kategori berusaha sendiri, berusaha dengan buruh tetap dan buruh atau karyawan atau pegawai tercatat sebanyak sebanyak 62,6 juta orang. Namun penetrasi industri dana pensiun pada akhir tahun lalu hanya mencapai 5,30 persen dari jumlah tenaga kerja Indonesia yang memiliki program pensiun. Angka tersebut hanya meningkat sebesar 0,24 persen dari

tahun 2011 yang berada pada level 5,06 persen.

Minimnya peningkatan penetrasi industri dana pensiun ini karena jumlah dana pensiun berkurang menjadi 269 dari tahun sebelumnya yang mencapai 270 perusahaan. Penurunan jumlah pelaku dana pensiun ini karena perusahaan tersebut kesulitan keuangan

untuk mendanai program pensiun.

Sedikit lebih baik jika mencermati jasa pegadaian. Mengekor layanan jasa asuransi, indeks *well literate* jasa gadai berada di kisaran 14,85 persen, kendati sudah lama dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia. / Tim EPK

PROYEKSI PENINGKATAN INDEKS LITERASI DAN UTILITAS IKNB

Upaya pencapaian proyeksi Indeks Literasi dan Indeks Utilitas Produk dan Jasa IKNB bukanlah pekerjaan yang mudah. Untuk mengatasi rendahnya tingkat literasi maupun pemanfaatan produk dan jasa tersebut, diperlukan program dan kegiatan Literasi Keuangan agar masyarakat yang mengerti dan memanfaatkan produk serta jasa IKNB menjadi bertambah jumlahnya. Untuk sektor asuransi, OK bersama dengan asosiasi di IKNB melakukan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan secara terencana, sistematis dan berkesinambungan yang disampaikan kepada berbagai golongan masyarakat. Salah satu terobosan yang dilakukan otoritas di sektor asuransi adalah dengan menggagas Green Design Pengembangan Asuransi Mikro Indonesia.

Untuk sektor pembiayaan, OJK bersama-sama dengan lembaga pembiayaan juga akan melakukan berbagai program dan kegiatan Literasi Keuangan secara simultan. Harapannya, Indeks Literasi Lembaga Pembiayaan yang pada tahun 2013 sebesar 9,80 persen diproyeksikan menjadi 12,51 persen di 2015, kemudian 33,27 persen pada tahun 2023. Sementara indeks utilitas produk dan Jasa Pembiayaan diproyeksi tumbuh menjadi 8,08 persen di 2015 dan terus meningkat menjadi 21,49 persen pada

tahun 2023.

Untuk jasa Dana Pensiun, meskipun merupakan instrumen keuangan yang memberikan manfaat di hari tua, ternyata belum banyak masyarakat yang mengenal dan memanfaatkan instrumen dana pensiun untuk bekal di hari tua. Beberapa faktor, antara lain karena tidak adanya kewajiban bagi perusahaan menyediakan program dana pensiun bagi pegawainya. Tak heran perusahaan juga cenderung tidak mau mengikutsertakan pegawainya ke program dana pensiun, dengan alasan merasa akan terbebani. Di sisi lain, kurang aktifnya promosi dan sosialisasi membuat pegawai atau pekerja mandiri tidak sadar akan pentingnya menyiapkan masa pensiun sejak dini. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan Indeks Literasi dan Indeks Utilitas Produk dan Jasa Dana Pensiun melalui berbagai program, baik yang bersifat edukasi maupun kampanye mengenai perlunya seseorang memiliki dana pensiun sejak dini. Diharapkan terjadi peningkatan pencapaian Indeks Literasi dan Indeks Utilitas Produk dan Jasa Dana Pensiun yang pada tahun 2013 sebesar 7,13 persen dan 1,53 persen menjadi sebesar 9 persen dan 1,90 persen pada tahun 2015.

Dengan berlakunya program pensiun dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial pada tahun 2015, diharapkan Indeks Literasi dan Indeks Utilitas produk dan Jasa Dana Pensiun meningkat menjadi 12 persen dan 3,80 persen pada tahun 2017 serta mencapai 30 persen dan 7 persen pada tahun 2023.

Sementara untuk jasa pegadaian, perlu adanya upaya untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai produk dan jasa pegadaian yang bukan hanya memberikan jasa gadai dan fidusia saja, melainkan juga menjadi tempat untuk transaksi keuangan lainnya, seperti multi payment, jasa pengiriman uang dan investasi emas.

Dengan berbagai program Literasi Keuangan yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan Indeks Literasi Pergadaian dan Indeks Utilitas Produk dan Jasa Pergadaian mengalami peningkatan masing-masing dari 14,84 persen dan 5,04 persen pada tahun 2013 menjadi 18 persen dan 5,82 persen pada tahun 2015. Angka tersebut diharapkan terus meningkat menjadi 23 persen dan 7,07 persen pada tahun 2017 serta mencapai 33 persen dan 10,57 persen pada tahun 2023. / Tim EPK

PERSENTASE PENGGUNAAN PRODUK DAN JASA IKNB TERHADAP TOTAL PRODUK DAN JASA KEUANGAN NASIONAL

PERASURANSIAN	: 13,17 persen
Asuransi Kesehatan	: 5,26 persen
Asuransi Jiwa	: 4,06 persen
Asuransi Kendaraan	: 1,87 persen
Asuransi Pendidikan	: 1,87 persen
Asuransi Harta Benda	: 0,04 persen
Unit Link	: 0,06 persen
LEMBAGA PEMBIAYAAN	: 5,30 persen
Pembiayaan Konsumen	: 3,65 persen
Sewa Guna / Leasing	: 1,65 persen
PERGADAIAN	: 4,18 persen
Jaminan Gadai	: 4,15 persen
Jaminan Fidusia	: 0,03 persen
DANA PENSIUN	: 1,26 persen
Program Pensiun Manfaat Pasti	: 1,02 persen
Program Pensiun Iuran Pasti	: 0,24 persen

Nurhaida

Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal

“

Kami Ingin Meningkatkan Penetrasi Investor Lokal

Pengawasan pasar modal telah beralih ke tangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Komisioner Pengawas Pasar Modal. Menurut Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Nurhaida, hal itu akan membuat pengawasan pasar modal lebih baik dan lebih terintegrasi dengan sektor keuangan yang lain. Meski begitu, bukan berarti tantangan untuk membangun pasar modal Indonesia menjadi lebih baik selesai sudah.

Hingga saat ini industri pasar modal memiliki tantangan berupa masih minimnya investor dalam negeri. Untuk itu, otoritas tengah mendorong upaya sosialisasi dan pembangunan infrastruktur pasar modal. Salah satunya dengan edukasi.

Sejatinya, upaya sosialisasi sudah dijalankan saat pengawasan masih di Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Akan tetapi, kini rencana itu akan dibarengi dengan edukasi dan aturan-aturan lain yang mewajibkan setiap broker meningkatkan jumlah investornya. “Misalnya, setiap tahun meningkat berapa persen. Ini *challenge* bagi broker

joint venture yang nasabahnya banyak yang institusi,” kata Nurhaida.

Berikut petikan lengkapnya:

Mulai tahun ini pengawasan pasar modal berada di bawah OJK dan Anda berada di dalamnya. Dari sisi beban kerja, apa bedanya dengan saat masih di Bapepam-LK?

Dari sisi fungsi pengawasan, jika dibandingkan dengan masa di Bapepam, pasti berbeda. Karena ketika di Bapepam-LK, itu mengawasi dua bidang, yakni pasar modal dan IKNB (Industri Keuangan Non Bank). Nah, sekarang di OJK, Kepala Eksekutif Pengawasan Pasar modal hanya mengawasi Pasar Modal. Sementara untuk IKNB, ada Kepala Eksekutif Pengawas IKNB.

Tetapi dari sisi koordinasi, kami tetap harus saling koordinasi dengan IKNB, maupun dengan OJK secara keseluruhan. Contohnya, ketika di Bapepam, untuk audit langsung diurus oleh Inspektorat Jenderal Kementerian Keuangan, kalau di OJK, ada unit sendiri melalui audit internalnya OJK. Jadi kami ada koordinasi secara internal. Dulu tidak begitu intensif koordinasinya.

Dengan kata lain, apakah bisa dikatakan sistem pengawasan melalui OJK lebih efektif?

Saya rasa lebih efektif karena di bawah Komisioner Pengawas Pasar Modal ada dua Deputi Komisioner. Jadi, untuk pekerjaan memang lebih banyak dilimpahkan ke dua Deputi Komisioner, bahkan hingga ke Direktur. Itu supaya pekerjaan lebih efektif. Sementara Kepala Eksekutif atau Dewan Komisioner lebih memegang peranan untuk sesuatu yang strategis, misalnya ke arah pengembangan, dan koordinasi dengan pihak terkait, hingga hubungan kita di tingkat internasional. Saya rasa lebih baik seperti itu karena hal ini memang cukup menyita waktu. Sehingga perlu pelimpahan tugas lain, terutama yang rutin, ke para Deputi dan Direktur.

Bagaimana sistem koordinasi yang dibangun di Komisioner Pengawas Pasar Modal, terutama saat pasar modal gonjang-ganjing Mei-Agustus lalu?

Ada satu hal yang menarik di OJK saat ini adalah bahwa kami selalu melakukan rapat rutin



Dewan Komisioner setiap hari Rabu. Salah satu yang dibahas saat itu adalah *market update*. Jadi, kondisi *market* itu *ter-update* setiap pekan. Dibahas dalam rapat Dewan Komisioner. Ini merupakan hal yang bagus, karena banyak masukan. Artinya, walaupun ini terkait pasar modal yang kami *review* dan kami telaah, seperti pergerakan indeks harga saham di bursa, tetapi banyak pihak yang ikut melihat dan memikirkan, apa yang perlu kami lakukan.

Dulu di Bapepam, ini hanya dipikirkan oleh internal Bapepam. Sementara saat ini lintas sektor yang memberikan masukan, walaupun nanti kita yang menentukan apa yang terbaik. Artinya, kebijakan tersebut tetap ada di Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, tetapi kebijakannya lebih dalam dan komprehensif.

Dalam masa transisi, ada beberapa kasus yang disebabkan oleh sekuritas atau manajer investasi yang nakal. Bagaimana penyelesaiannya kini?

Sesuai dengan UU, apa yang sudah diselesaikan oleh Bapepam, seperti perizinan, itu tetap diakui oleh OJK. Juga beberapa perizinan yang diajukan lima hari sebelum Bapepam bubar, dan tidak dapat diselesaikan saat itu, tetap dilanjutkan di OJK. Begitu juga dengan kasus-kasus yang dulu ditangani oleh Bapepam, dan katakanlah belum selesai, karena satu dan lain hal, itu otomatis penyelesaiannya akan diteruskan oleh OJK. Jadi transformasi ini *kan* sesuatu yang berlanjut.

Bagaimana ke depan, setelah masa transisi selesai?

Dengan berubahnya pengawasan, diharapkan pengembangan industri pasar modal menjadi lebih baik. OJK *kan* juga *support* untuk sektor lain di luar pasar modal. Maka dari itu, ke depan kita berharap pengawasan semua industri keuangan dapat dilakukan

secara terintegrasi, dan pengaturan yang lebih diharmonisasikan. Tujuannya adalah membuat perekonomian menjadi lebih stabil, juga perlindungan kepada masyarakat, konsumen menjadi lebih baik. Karena, umpamanya ada pelanggaran di satu sektor, kita bisa *cross check* ke sektor yang lain. Contohnya ada pelanggaran di bank atau perusahaan efek, itu juga ada dampak ke sektor lain.

Apa saja kasus di pasar modal sebelum OJK berdiri yang menjadi pelajaran otoritas baru ini?

Di 2008 lalu, kita ingat ada kasus Sarijaya Sekuritas. Itu karena adanya konspirasi internal yakni pemegang saham dan komisarisnya. Itu kalau pengawas melihat dari luar memang sulit terdeteksi. *Nah*, dari situ kami



Nurhaida
Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal

mengevaluasi, apa sebetulnya yang kurang dari pengawasan. Kami melihat mengapa waktu itu begitu mudahnya komisariss atau pemegang saham atau broker, begitu mudahnya menggunakan dana nasabah tanpa sepengetahuan nasabah, terutama ketika nasabah tidak melakukan perdagangan di hari itu. Bisa ditarik seandainya, kemudian diisi kembali. Ini rentan sekali merugikan nasabah.

Maka dari situ kami kembangkan rekening dana nasabah. Jadi di KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) itu efek nasabah itu harus dicatatkan atas nama nasabah sendiri. Kemudian di KSEI itu nasabah diberikan kartu akses untuk sekali waktu dapat mengakses kondisi atau perkembangan rekeningnya. Tetapi kembali lagi kepada nasabah apakah mau secara rutin untuk mengecek rekeningnya atau tidak. Sama dengan rekening dan ATM di bank.

Kemudian juga dengan rekening dana nasabah harus terpisah dari rekening dana perusahaan efek atau broker. Sehingga bisa dilihat secara terpisah. Kemudian di bank juga kelihatan bahwa pembayaran atas nama nasabah. Ketika *settlement* juga langsung ke rekening nasabah.

Kami juga memperbaharui sistem perdagangan untuk mengurangi intervensi broker. Dalam hal ini mulai dari *order* hingga *settlement* itu langsung ke rekening nasabah. Jadi, ini menunjukkan bahwa semua perdangan di bursa itu dilakukan dengan *fair*. Ini sangat banyak membantu mengurangi *fraud*. Toh nantinya karena memilih saham yang salah dan merugi, itu kita tidak dapat melakukan mitigasi, karena di pasar modal kita sudah tegaskan bahwa broker hanya memberikan saran, sementara keputusan investasi merupakan keputusan investor.

Apa target OJK ke depan dalam mengembangkan pasar modal?

Dari sisi *supply*, produknya harus lebih banyak lagi. Sekarang kita punya sekitar 500 emiten, tetapi yang aktif sekitar 460 emiten. Itu harus kita tingkatkan supaya pilihan investasi lebih banyak. Kita punya ragam reksadana, seperti reksadana saham atau reksadana *fix income*. Nantinya harus terus kembangkan sehingga semakin banyak ragam atau produk yang terjangkau investor. Jadi, *supply* produk seperti saham, obligasi, dan reksadana perlu diperbanyak. Kita juga perlu kembangkan juga derivatifnya, karena masih kurang.

Setelah *supply side*, juga perlu dikembangkan *demand side*, yakni peran dari investor. Investor potensial kita adalah institusi, seperti perusahaan asuransi dan dana pensiun. Kedua institusi ini mempunyai aset yang besar yang perlu diinvestasikan. Nah, ini kemudian bagaimana caranya agar bisa berkolaborasi, bekerja sama dengan pengawas di IKNB untuk mendorong penempatan dana mereka di pasar modal. Tentunya IKNB mempunyai kriteria keamanan. Ini perlu dikerjasamakan.

Sementara potensi investor lainnya adalah investor ritel. Ini juga perlu didorong untuk masuk pasar modal. Karena untuk reksadana, misalnya, itu ada sekitar 300 ribu rekening, tetapi itu dikelola oleh *fund manager*. Artinya, di belakang manajer investasi itu ada ribuan bahkan jutaan nasabah. Ini yang perlu digarap.

Bagaimana dengan sistem online trading?

Ini juga menjadi perhatian kita karena pertumbuhan investor yang paling cepat adalah melalui *online trading* yang difasilitasi oleh beberapa perusahaan efek. Ini yang perlu kita dorong pengembangannya. Hanya yang perlu diperhatikan adalah bagaimana kita memitigasi risiko, karena *online trading* ini diharapkan bisa mencapai *remote*

area. Sekarang ada peraturan *know your customer* (KYC). Ini masih jadi kendala yang perlu kami carikan jalan keluarnya. Karena di pasar modal, KYC mewajibkan pertemuan *face to face*, artinya orangnya harus hadir. Ini menyulitkan bagi calon nasabah yang berada di daerah yang jauh.

Makanya kita mencoba menggodok aturan yang memungkinkan bahwa nasabah yang membuka rekening melalui broker, tidak perlu melakukan KYC secara *face to face*, tetapi harus sudah mempunyai rekening di bank. Karena di bank sudah tentu dilakukan KYC. Ini yang coba kita kembangkan.

Ada usaha lain dalam mengembangkan investor selain melalui pengembangan infrastruktur dan edukasi?

Kami memang sedang mewacanakan aturan yang mewajibkan setiap broker meningkatkan jumlah investornya. Misalnya, setiap tahun meningkat berapa persen. Ini *challenge* bagi broker *joint venture* yang nasabahnya banyak yang institusi. Nah di belakang nasabah institusi mereka ada banyak potensi nasabah retail. Karena ada broker *joint venture* yang jumlah nasabahnya hanya tiga. Kita tidak mengetahui berapa jumlah di belakang tiga institusi tersebut. Nah, ini belum ada aturan yang mengharuskan mengungkap nasabah di belakang institusi itu. Ini membuka kemungkinan kita mewajibkan mereka untuk meningkatkan lagi nasabah institusi mereka, misalnya menjadi lima. Artinya, mereka akan mencari lagi nasabah institusi yang besar lainnya.

Semua rencana itu dilakukan untuk meningkatkan penetrasi investor lokal, dengan harapan bisa melampaui jumlah kepemilikan saham oleh asing di pasar modal. Tetapi tidak dalam pengertian menurunkan peran asing. Kita tetap butuh mereka, tetapi domestiknya harus ditingkatkan. Artinya, pasarnya *balance*, dan kemudian kue pasar menjadi lebih besar. Dengan pasar yang besar, dan

keterlibatan investor domestik yang besar, kemampuan kita untuk menahan goncangan global juga lebih kuat. Karena kita tidak bisa melepaskan diri dari *market global*.

Komposisi investor asing masih mendominasi di pasar modal. Ini sudah berlangsung cukup lama. Bagaimana pandangan Anda terkait kondisi tersebut?

Berbicara tentang investor asing dan investor lokal, kalau dilihat dari nilai transaksi, sekarang ini sudah lebih tinggi lokal. Tetapi kalau dilihat dari kepemilikan saham, asing memang masih di atas. Tetapi, kami lihat pergerakannya itu mulai berkurang. Kalau dilihat, lima tahun yang lalu masih 70 persen asing, dan 30 lokal. Kemudian mulai bergerak ke 60 persen asing, 40 persen lokal, kemudian berkembang lain sampai 55 persen berbanding 45 persen. Nah, kalau kami lihat dengan kondisi sekarang ini, mungkin perbandingannya

sudah lebih berimbang lagi. Karena banyak lokal yang *take over* saham asing yang balik ke negara asal mereka.

Memang soal asing dan lokal ini perlu kita pikirkan secara serius. Karena kalau kondisi asing masih lebih menguasai kepemilikan saham di pasar modal, maka *market* kita masih sangat tergantung kepada pihak lain. Ini bisa mengganggu stabilitas pasar modal. Sejatinnya sejak Bapepam dulu, kami memang sudah berupaya untuk meningkatkan investor domestik. Caranya, dengan sosialisasi pasar modal ke masyarakat secara umum, ke para akademisi, dan lain-lain.

Apakah minimnya investor domestik juga disebabkan oleh rendahnya kepercayaan masyarakat, karena masih adanya anggapan pasar modal penuh dengan spekulasi?

Memang diakui bahwa kepercayaan investor untuk berinvestas di pasar modal sangat penting. Investor akan

masuk untuk berinvestasi di pasar modal kalau dia merasa aman. Aman dalam artian *fair*, bukan tidak ada rugi, karena di pasar modal sangat rentan dengan risiko. Untuk itu, *fairness* di pasar modal dalam bentuk keterbukaan informasi harus terus terjaga. Ini tugas pengawas untuk meyakinkan bahwa keterbukaan informasi itu ada. Kalau kemudian ada pelanggaran atau *fraud*, kita imbangi dengan *law enforcement* agar integritas dari market tetap terjaga.

Kami juga terus memperbaiki sistem. Mula dari sistem perdagangan, maupun sistem perlindungan kepada investor. Sekarang kami baru menyetujui pendirian perusahaan *investor protection fund*, ini tujuannya untuk memberikan perlindungan kepada investor pasar modal. Jadi, kami selalu memperbarui atau memperkuat baik dari sisi kebijakan, sistem teknologi informasi, juga pembentukan instansi untuk melindungi investor. / TIM EPK



Berbicara tentang investor asing dan investor lokal, kalau dilihat dari nilai transaksi, sekarang ini sudah lebih tinggi lokal. Tetapi kalau dilihat dari kepemilikan saham, asing memang masih di atas.





Branchless Banking

Ekspansi dengan Modal Mini

Branchless banking menjadi strategi regulator membantu industri berekspansi. Dengan aturan tersebut diharapkan mampu mendongkrak kinerja bank. Dan bank tidak lagi dipusingkan dengan tingginya biaya ekspansi.



K

etimbang terus mengutuk kegelapan lebih baik kita mulai menyalakan lilin dan mulai berjalan. Kalimat bijaksana itu muncul dan dipopulerkan oleh Anis Baswedan, seorang tokoh nasional dan Rektor Universitas Paramadina. Frase itu bisa diartikan sebagai ajakan untuk tidak terus menerus mengeluh, menggerutu pada keadaan dan mengajak seseorang untuk berbuat sesuatu untuk mengatasinya meski hanya sebuah tindakan kecil.

Sejatinya kalimat itu tidak hanya berlaku untuk orang per orang, tetapi juga bagi perusahaan bahkan untuk industri. Selama ini para pelaku industri kerap kali mengeluhkan kurangnya dukungan dari pemerintah dan lembaga pengawas perbankan. Malahan kegagalan industri mendongkrak aset dianggap sebagai buah dari minimnya sokongan dalam bentuk *political will* dan berbagai kemudahan lainnya.

Namun demikian, jika mau jujur, sudah terbuka peluang yang bisa dimanfaatkan pelaku industri terkait peraturan. Salah satunya adalah program pembukaan layanan tanpa harus mendirikan sebuah

kantor cabang atau *branchless banking*. Dengan aturan yang baru terbit dan sedang diujicobakan itu, bank tidak perlu lagi membuka cabang baru untuk dapat menjangkau masyarakat yang berada di pelosok. Bank Indonesia mempersilahkan bank menggandeng pihak ketiga atau agen untuk melayani jasa perbankan pada nasabah.

Nah, aturan itu harus benar-benar bisa dijadikan kesempatan oleh pelaku industri perbankan untuk memperluas ekspansinya. Dalam sebuah kesempatan, Deputi Gubernur Bank Indonesia Halim Alamsyah pernah mengatakan, program *branchless banking* semestinya membuat bank tidak perlu lagi pusing-pusing memikirkan strategi berekspansi mendirikan kantor-kantor cabang baru.

Bank, baik yang sudah berdiri sendiri maupun yang masih berbentuk unit usaha bisa mempraktikkan aturan ini untuk mencapai efisiensi. Caranya, dengan memanfaatkan jaringan dan teknologi informasi yang dimilikinya. Begitu juga dengan bank syariah.

Bank syariah yang mempunyai induk bisa memanfaatkan 'kekuatan' induknya untuk



“

“Program *branchless banking* semestinya membuat bank tidak perlu lagi pusing-pusing memikirkan strategi berekspansi mendirikan kantor-kantor cabang baru.

Deputi Gubernur Bank Indonesia
Halim Alamsyah

FOKUS PERBANKAN



Branchless banking menjadi penting bagi industri keuangan khususnya buat edukasi ke masyarakat agar lebih melek keuangan.

Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan
Muliaman D. Hadad

memperluas ekspansi. Bank Induk yang cabangnya sudah tersebar dimana-mana bisa dibuka *outlet* khusus untuk syariah. Cara ini memang sudah banyak dilakukan bank syariah. Dengan demikian, bank syariah bisa lebih fokus menciptakan inovasi-inovasi produk. “Dengan adanya aturan ini, bank syariah bisa lebih berinovasi dari sisi produk dengan cara memanfaatkan teknologi induk yang sudah lebih canggih jaringannya,” kata Edy Setiadi, Direktur Direktorat Perbankan Syariah.

Dengan melaksanakan program *branchless banking*, perbankan bisa lebih menjangkau sampai ke pelosok-pelosok. Terlebih lagi bila bank mau merangkul lembaga keuangan mikro (LKM) dan koperasi untuk dijadikan agen.

Dorongan agar perbankan mengoptimalkan layanan bank tanpa cabang ini juga dilontarkan oleh Muliaman D. Hadad, Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK). “Ke depannya perbankan harus melaksanakan *branchless banking*. Ini salah satu tantangan sekaligus kesempatan,” kata Muliaman.

Muliaman menuturkan, perbankan masih membutuhkan konsep dengan pendekatan yang jelas untuk membuka akses keuangan kepada masyarakat. Hingga kini industri keuangan belum semuanya mampu menjawab tantangan ini. “*Branchless banking* menjadi penting bagi industri keuangan khususnya buat edukasi ke masyarakat agar lebih melek keuangan,” ujar Muliaman.

Muliaman juga menyarankan agar perbankan tidak menyia-nyiakan peluang yang sudah di depan mata itu untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis. “Jika tidak dapat memanfaatkan ini, maka kita akan mengalami dua kerugian. Pertama kita kehilangan kesempatan dan kedua kita akan semakin ketinggalan,” kata Muliaman.

Uji Coba

Bank Indonesia sejak Mei hingga akhir tahun nanti akan melakukan uji coba program *branchless banking*. Sudah ada lima bank besar yang bakal terlibat dalam *pilot project* tersebut. Semuanya berasal dari bank konvensional dan belum ada satupun dari bank syariah. Mereka itu Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank CIMB Niaga, Bank Tabungan Pensiunan Negara (BTPN), dan Bank Sinar Harapan Bali.

Proyek perdana ini bertujuan mencari



CIMB Niaga telah mengembangkan pilot project branchless banking di wilayah Bandung dan Kebumen.

Direktur Utama Bank CIMB Niaga
Arwin Rasyid

bentuk paling cocok pelaksanaan *branchless banking* di Indonesia. Harapannya, selama enam bulan proyek perdana berjalan, ditemukan pola yang nantinya bisa diterapkan untuk seluruh bank, baik yang konvensional maupun syariah. Termasuk, penambahan jumlah nasabah baru sudah bisa terlihat secara signifikan. Karena, menurut survei World Bank tahun 2010, baru 51 persen masyarakat Indonesia yang sudah mengakses lembaga keuangan, sisanya sekitar 49 persen masih belum terakses.

Branchless banking dinilai penting, selain menciptakan keterbukaan akses ke lembaga keuangan, juga mendorong perkembangan ekonomi mikro nasional, sehingga terjadi pergerakan ekonomi masyarakat dan menumbuhkan perekonomian nasional.

Direktur Eksekutif Hubungan Masyarakat Bank Indonesia (BI) Difi A Johansyah mengatakan, *pilot project branchless banking* yang diluncurkan pada 15 Mei 2013 lalu, masih berjalan dengan baik. Hingga saat ini bank-bank pelaksana telah menjalankan program tersebut sesuai dengan pedoman

yang dibuat oleh BI. Bahkan, sejak diluncurkannya hingga sampai saat ini belum ada pengaduan dari masyarakat.

“Secara visual konsepnya bagus dan sudah jalan. Sampai sekarang sih belum ada pengaduan,” ujar Difi. Ia menjelaskan, laporan detail mengenai perkembangan dan kendala yang dihadapi akan keluar setelah *pilot project* tersebut rampung pada November 2013.

Sementara itu, Deputy Direktur Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan BI, Pungky Pumomo Wibowo mengatakan, untuk tahap awal uji coba akan digelar di tujuh wilayah. Antara lain Jawa, Sulawesi, Bali, dua provinsi di Sumatra dan dua provinsi di Kalimantan. “Daya jangkau hingga ke kelurahan dan desa,” katanya.

Bank yang bakal menjalankan *branchless banking* harus memenuhi beberapa kriteria, diantaranya, memiliki agen yang berbadan hukum, Standar Operasional Prosedur (SOP), sistem pengawasan, standar teknologi dan hubungan antara bank dengan agen. “Bank yang mempunyai teknologi dan biaya yang cukup, akan mendapatkan izin,” kata Pungky.

Aturan *branchless banking* ini nantinya juga akan mengatur *outlet*, seperti apa saja pihak yang bisa menjadi kepanjangan tangan bank, termasuk mengenai persyaratan dan bentuk hubungan antara bank dengan para mitranya itu.

BI juga mengatur syarat-syarat lebih detail tentang agen. Soal badan hukum, misalnya, BI menetapkan minimal harus berbentuk CV. Beberapa lembaga yang kemungkinan diizinkan menjadi agen, antara lain, koperasi, lembaga keuangan mikro Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dan Usaha Dagang (UD). Sementara, warung kaki lima yang tidak berbadan hukum, tidak bisa menjadi agen. Adapun, untuk target nasabah, akan mengejar 100 juta nasabah.

Berdasarkan data BI per Januari 2013, ada lima wilayah yang pangsa dana pihak ketiga (DPK) masih sangat kecil. Yakni Sulawesi Barat hanya 0,08 persen atau sebesar Rp2,62 triliun, Gorontalo 0,09 persen atau Rp3,02 triliun, Maluku Utara 0,15 persen atau Rp4,76 triliun, Bengkulu 0,23 persen atau Rp7,3 triliun dan Papua Barat 0,25 persen atau sekitar Rp8,06 triliun.

Sementara itu, Direktur Utama CIMB Niaga Arwin Rasyid mengungkapkan bahwa pihaknya telah mengembangkan *pilot*

project branchless banking di wilayah Bandung dan Kebumen. Menurutnya kedua lokasi tersebut merupakan rekomendasi dari BI. “Segmentasi di Kota Bandung itu mahasiswa. Kalau di Kebumen, segmennya pekerja. Produk kami ini yang begitu mudah, nyaman, dan gratis, mengirim uang ke nomor mana saja gratis,” jelasnya.

Untuk proses *agent banking* itu, Arwin mengaku sudah menjajaki beberapa perusahaan dan pedagang besar, seperti Alfa Mart, Sevel, PT Pos Indonesia, Western Union, dan Money Gram. Melalui kerja sama tersebut, diharapkan mampu memberikan kenyamanan kepada masyarakat. “Lebih nyaman menggunakan HP (telepon seluler) sendiri yang 24 jam dan dipegang sendiri. Bisa juga dikirim ke nomor HP orang lain, tidak perlu ke ATM dan cabang, ini gratis tanpa biaya,” jelasnya.

Tak hanya itu, Arwin menilai pengiriman uang melalui HP, akan mampu menekan biaya transaksi masyarakat. Sebab, menurut data BI, dalam satu bulan terdapat kiriman uang di bawah Rp1 juta rupiah lebih dari sembilan juta transaksi.

Bank Mandiri juga terus mengoptimalkan layanan *branchless banking*. Bank dengan asset terbesar itu sempat melakukan studi ke Kenya, Afrika Timur. Direktur Utama Bank Mandiri Budi G Sadikin mengatakan, Kenya adalah salah satu negara yang sukses menerapkan *branchless banking* dengan nama M-Pesa. Sehingga, cukup layak untuk dijadikan contoh. “Kita sempat kirim orang ke Kenya untuk studi, karena contohnya yang paling terkenal itu namanya M-Pesa, itu yang ada di Kenya, di mana orang bisa akses jasa perbankan tanpa cabang,” katanya.

Budi menjelaskan, Bank Mandiri juga memanfaatkan ponsel (teknologi) sebagai pengganti kantor cabang. Lewat ponsel bisa dilakukan kegiatan seperti menabung dan transfer uang. Namun nominal kegiatan masih di bawah Rp 1 juta.

“Kita baru ngeluarin *e-money*, jadi bisa transaksi pake *handphone*. Kalau pakai rekening masih susah, transfer ke no HP aja. Sekarang kirim uang di bawah Rp 1 juta bisa lewat sms,” jelasnya.

Ia menuturkan, layanan ini masih dalam tahap uji coba. Karena masih ada evaluasi untuk beberapa hal-hal teknis yang dimungkinkan ada kelemahan dan dikhawatirkan ada penyalahgunaan.



Bank Mandiri telah melakukan studi ke Kenya, Afrika Timur, salah satu negara yang sukses menerapkan *branchless banking* dengan nama M-Pesa sehingga layak dijadikan contoh.”

Direktur Utama Bank Mandiri
Budi G Sadikin

FOKUS PERBANKAN



BTN menggandeng Bank Simpanan Nasional Malaysia (BSNM), salah satu bank asal negeri jiran, untuk belajar mengenai branchless banking.

Direktur Utama BTN
Maryono

Bila Bank Mandiri berguru sampai ke Afrika Timur, Bank Tabungan Negara (BTN) menggandeng salah satu bank asal negeri jiran, Bank Simpanan Nasional Malaysia (BSNM) untuk belajar mengenai *branchless banking*.

Direktur Utama BTN Maryono mengatakan, melalui kerja sama ini perseroan akan belajar model layanan *branchless banking* yang telah diterapkan di Malaysia. "Karena BSNM dalam waktu setahun lebih bisa mengembangkan 4500 agen *banking*, dan kontribusinya besar bagi mereka, model ini yang akan kita pelajari," ujarnya.

Saat ini perseroan telah melakukan uji coba *branchless banking* di Jawa Tengah dengan produk Tabungan Cermat dan menggunakan mesin EDC (*electronic data capture*). Produk yang diberlakukan dalam uji coba tersebut merupakan embrio yang akan dikembangkan menjadi produk *branchless banking*. Dengan produk tersebut, nasabah dapat melakukan penarikan dan penyetoran.

Ke depan, BTN berencana mengembangkan layanan untuk pembayaran tagihan KPR (Kredit Kepemilikan Rumah). Saat ini nasabah Tabungan Cermat telah mencapai 140 ribu "Kita pakai EDC tidak pakai telepon, jadi tabungan tanpa buku. Pengembangannya ke depan kita akan lihat peraturan dari BI," tutur Maryono.

Sepanjang proses uji coba yang berlangsung sejak Mei hingga November 2013, BI mencatat beberapa kendala yang dihadapi dalam penerapan layanan pembayaran atau *mobile payment services* (MPS).

Deputi Direktur Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran Bank Indonesia Yura A. Djalins mengatakan, kendala dialami unit perantara layanan sistem pembayaran (UPLSP) atau *agent banking*. Terminologi UPLSP digunakan oleh bank sentral untuk menggantikan istilah unit perantara layanan keuangan (UPLK) yang digunakan selama ini. "Kendala UPLSP adalah sinyal telekomunikasi yang lemah," ujar Yura.

Selanjutnya, nasabah juga tidak dapat dengan segera membuka rekening. Dibutuhkan waktu sekitar 1-4 hari bagi nasabah untuk dapat membuka rekening karena membutuhkan persetujuan dari bank. "Selain itu juga ada kendala masih rendahnya kesadaran masyarakat. Ini akibat edukasi yang masih rendah," jelas Yura.

Kendala lain yang dialami oleh perbankan penyelenggara MPS paling utama adalah dalam mencari UPLSP. Yura mengatakan, selama periode Mei hingga Agustus 2013, lima bank peserta uji coba MPS telah merekrut sebanyak 128 UPLSP. Transaksi yang paling banyak dilakukan adalah setoran tunai, diikuti oleh pembayaran tagihan dan terakhir transfer dana. / TIM EPK



FOKUS PASAR MODAL



Krisis Global dan Anjloknya IHSG



Kondisi ekonomi di pertengahan tahun ini sedikit mengingatkan kita pada kondisi perekonomian tahun 2008. Saat itu, Indonesia mengalami krisis ekonomi akibat anjloknya IHSG serta terjun bebasnya pergerakan rupiah terhadap dollar Amerika.

Aksi jual yang melanda Bursa Efek Indonesia (BEI) pada pertengahan tahun 2013 ini sempat membuat Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) *volatile*. Berdasarkan data yang dihimpun *Bloomberg*, penyedia layanan *realtime news* yang meliputi pasar modal, pada awal tahun 2013 posisi indeks berada di level 4.346,4. Kemudian, indeks sempat melambung hingga rekor tertingginya sepanjang masa di level 5.214,9 pada 20 Mei 2013 lalu. Namun, sentimen negatif yang mengelilingi IHSG secara bertubi-tubi, mulai dari faktor domestik hingga eksternal, membuat IHSG tersungkur ke level 3.967,8 pada 27 Agustus 2013.

Jika dihitung dari posisi rekor, IHSG sudah anjlok 23,9 persen. Artinya, indeks saham sudah masuk fase *bearish* (harga saham sedang turun) karena penurunannya sudah melampaui 20 persen dari level tertingginya.

Banyak faktor yang menyebabkan pergerakan IHSG *volatile* (istilah yang umum digunakan dalam perdagangan untuk merujuk pada suatu peristiwa perubahan harga yang sangat cepat). Di dalam negeri misalnya, pelaku pasar mencemaskan defisit neraca perdagangan Indonesia yang kian membengkak. Pada Juli 2013 lalu, defisit neraca perdagangan mencapai rekor tertingginya. Menurut perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS), defisit neraca perdagangan di bulan Juli mencapai 2,31

miliar dollar Amerika, dengan nilai ekspor di periode tersebut sebesar 15,11 miliar dollar Amerika dan nilai impor 17,42 miliar dollar Amerika.

Kondisi ini diperparah dengan adanya rencananya bank sentral Amerika (Federal Reserve atau The Fed) untuk memangkas nilai stimulusnya yang sedianya akan dilakukan pada September lalu.

Menghadapi hal tersebut, banyak investor asing yang tidak mau mengambil risiko dengan menanamkan dananya di *emerging market*, tak terkecuali Indonesia. Hal ini pula yang berbuntut pada pelemahan rupiah sehingga sempat menembus level 11.649 pada 5 September 2013.

Sebenarnya, otoritas bursa sudah memiliki firasat akan kejatuhan indeks. Hal ini terlihat adanya pertimbangan untuk merilis peraturan untuk melakukan pembelian kembali saham (*buyback*), baik obligasi maupun Surat Berharga Negara (SBN), tanpa dilakukannya Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) terlebih dahulu.

Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK, Nurhaida mengatakan, langkah ini sebenarnya pernah dilakukan oleh Badan Pengawas Pasar Modal-Lembaga Keuangan (Bapepam-LK, kini melebur menjadi OJK) ketika krisis 2008 lalu. Saat itu IHSG terpukul hampir 50 persen.

Meski sempat mempertimbangkan untuk tidak merilis kebijakan serupa dengan alasan

penurunan indeks yang belum mencapai angka 50 persen. Namun akhirnya OJK merespon fluktuasi pasar saham dengan mengeluarkan Peraturan OJK Nomor 02/POJK.04/2013 tentang Pembelian Kembali Saham yang Dikeluarkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik dalam Kondisi Pasar yang Berfluktuasi Secara Signifikan.

Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D. Hadad mengatakan, aturan tersebut untuk mengurangi dampak pasar yang berfluktuasi secara signifikan. "Selain itu juga untuk memberikan kemudahan bagi emiten atau perusahaan publik dalam melakukan pembelian kembali sahamnya," kata Muliaman.

Pada dasarnya, jelas Muliaman, kondisi pasar modal menjelang akhir tahun ini sudah menunjukkan tren yang terus membaik. "Dalam satu minggu, mungkin hanya satu hari yang negatif. Selebihnya positif," paparnya sembari menyebutkan bahwa ancaman krisis dari sisi eksternal maupun domestik bisa datang kapan saja.

Menurut Muliaman, ketidakpastian penyelesaian permasalahan ekonomi global perlu terus diwaspadai terkait dengan berbagai kemungkinan dampak buruk yang akan mengancam perekonomian dalam negeri. "Kita tidak tahu apa yang akan terjadi di Amerika. Dalam arti, cepat atau lambat mungkin *tapering* (pengurangan pembelian obligasi oleh bank sentral AS) akan tetap jalan," ujarnya.

Dia berharap, penyelenggara pasar modal bisa membangun fundamental yang lebih fleksibel, sehingga krisis dari luar bisa dihadapi secara lebih baik. “Lebih bagus *back to basic* saja dan membangun fundamental agar kita lebih stabil dari apapun krisis yang datang,” kata Muliaman.

Krisis yang Berbeda

Dalam sebuah seminar “Industri Keuangan dan Peran OJK Mendorong Kemajuan Perekonomian Nasional” beberapa waktu lalu, Kepala Divisi Stabilitas Keuangan OJK, Harry Tangguh, mengatakan tidak semua indikator ekonomi Indonesia menuju krisis, meski demikian kalau telena bisa negatif.

Menurut Harry, krisis yang terjadi pada 2008 lalu berbeda dengan krisis yang terjadi di 2013. Namun, pihaknya akan menjaga agar krisis yang pernah terjadi pada tahun-tahun sebelumnya tidak terulang. “Dibanding 2008, masih lebih baik saat ini. Situasi tahun 2008 lalu berbeda, terlihat dari kapitalisasi pasar. Kita akan menjaga

agar tidak terjadi seperti 2008,” ucapnya.

Meski demikian, kondisi ekonomi saat ini sedikit mengingatkan kita pada kondisi perekonomian tahun 2008. Saat itu, Indonesia mengalami krisis ekonomi akibat anjloknya IHSG serta terjun bebasnya pergerakan rupiah terhadap dollar Amerika. Krisis 2008 sendiri bermula dari krisis *subprime mortgage* (kredit perumahan) di Amerika Serikat, sehingga berdampak terguncangnya bursa saham global, termasuk bursa tanah air.

Di Indonesia, 8 Oktober 2008 pukul 11.05 WIB, menyusul IHSG yang mengalami penurunan tajam, BEI melakukan *suspend* atau penutupan transaksi di lantai bursa. Sebuah langkah yang belum pernah terjadi dalam sejarah lantai bursa di Indonesia.

Tahun 2010 merupakan salah satu tahun keemasan dari BEI. IHSG mencatatkan pertumbuhan terbaik di Asia Pasifik. Namun, tahun 2012, krisis keuangan kembali menghantui pasar modal dunia. Indikasi *default* atau tidak mampu membayar atas obligasi yang diterbitkan oleh beberapa



Pada dasarnya kondisi pasar modal menjelang akhir tahun ini sudah menunjukkan tren yang terus membaik. Dalam satu minggu, mungkin hanya satu hari yang negatif, selebihnya positif.

Ketua Dewan Komisiner OJK

Muliaman D. Hadad



Faktor Pergerakan IHSG Volatile: “Di dalam negeri, pelaku pasar mencemaskan defisit neraca perdagangan Indonesia yang kian membengkak. Pada Juli 2013 lalu, defisit neraca perdagangan mencapai rekor tertingginya.”

FOKUS PASAR MODAL

pemerintah Eropa, membuat kepanikan bagi para investor. Negara yang terancam krisis waktu itu adalah Yunani, Spanyol, Italia, dan Portugal. Namun, IHSG masih menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik di tengah kondisi krisis perekonomian global tersebut.

Tahun 2013, BEI secara berturut-turut memecahkan rekor tertingginya. Namun, sedikit terganggu dengan kondisi Siprus di Eropa yang dianggap berpotensi krisis. Kenaikan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang memacu inflasi di dalam negeri juga ikut menurunkan IHSG yang sebelumnya memecahkan rekor menembus level 5.000. pada tahun ini pula, jam perdagangan di BEI dimajukan 30 menit

lebih awal dan Bapepam-LK telah melebur menjadi OJK.

Namun krisis nampaknya belum berakhir. IHSG kembali ambruk. Meskipun IHSG mengalami penurunan cukup signifikan dalam beberapa bulan terakhir, namun Muliaman Hadad menegaskan kinerja emiten pasar modal Indonesia sampai semester I tahun 2013 lebih baik dibandingkan kinerja emiten yang terdaftar di pasar-pasar modal di negara lain, seperti Thailand dan Filipina.

Dengan gambaran tersebut, lanjut Muliaman, memperlihatkan pasar modal Indonesia akan lebih baik kualitasnya di tengah pasar modal negara lain yang saat ini masih bergejolak. "Artinya, sebetulnya

kita punya bahan dasar *underline asset* yang kualitasnya lebih baik dan tentu saja bagi kita ini sebagai salah satu modal dasar, di samping tentu kita ingin ada orang yang memanfaatkan kesempatan di dalam situasi seperti ini," tegas Muliaman.

Untuk itu, Muliaman mengaku OJK akan meningkatkan pengawasan untuk meredam spekulasi yang banyak terjadi di pasar modal saat ini. "Oleh sebab itu, pengawasan kita tingkatkan, jangan sampai yang kemudian memanfaatkan dan kemudian memperburuk suasana dan lain sebagainya. Arinya, kita masih berharap optimisme yang masih ada di industri keuangan kita," tandas mantan Deputi Gubernur Bank Indonesia ini. / Tim EPK



APA ITU INDEKS HARGA SAHAM ?

Indeks Harga Saham (IHS) adalah indikator atau cerminan harga saham. Indeks merupakan salah satu pedoman bagi investor untuk melakukan investasi di pasar modal, khususnya saham. Saat ini IHS tidak saja menampung kejadian-kejadian ekonomi, tetapi juga menampung kejadian-kejadian sosial, politik, dan keamanan. Dengan demikian, IHS dapat dijadikan barometer kesehatan ekonomi suatu negara dan sebagai dasar melakukan analisis statistik atas kondisi pasar terakhir (current market).

Sedangkan IHSG merupakan HIS yang menunjukkan pergerakan harga saham secara umum yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi acuan tentang perkembangan kegiatan di pasar modal. IHSG ini bisa digunakan untuk menilai situasi pasar secara umum atau mengukur apakah harga saham mengalami kenaikan atau penurunan. IHSG juga melibatkan seluruh harga saham yang tercatat di bursa.

IHSG yang ada di pasar modal sangat berpengaruh terhadap investasi portofolio yang akan dilakukan oleh para investor. Pasalnya, kenaikan IHSG akan meningkatkan investasi portofolio yang akan dilakukan oleh para investor. / Tim EPK



Kinerja Emiten Pasar Modal: "Meskipun IHSG mengalami penurunan cukup signifikan dalam beberapa bulan terakhir, namun kinerja emiten pasar modal Indonesia lebih baik dibandingkan kinerja emiten di pasar-pasar modal di negara lain."

11 JENIS INDEKS DI BURSA INDONESIA

Saat ini Bursa Efek Indonesia memiliki 11 jenis indeks harga saham, yang secara terus menerus disebarluaskan melalui media cetak maupun elektronik. Indeks-indeks tersebut adalah:

01 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Indeks ini menggunakan semua Perusahaan Terdaftar sebagai komponen perhitungan Indeks. IHSG dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun BEI tidak bertanggung jawab atas produk yang diterbitkan oleh pengguna yang mempergunakan IHSG sebagai acuan (benchmark). BEI juga tidak bertanggung jawab dalam bentuk apapun atas keputusan investasi yang dilakukan oleh pihak manapun yang menggunakan IHSG sebagai acuan (benchmark).

02 Indeks Sektoral. Indeks ini menggunakan semua Perusahaan Terdaftar yang termasuk dalam masing-masing sektor. Sekarang ini ada 10 sektor yang ada di BEI, yaitu sektor Pertanian, Pertambangan, Industri Dasar, Aneka Industri, Barang Konsumsi, Properti, Infrastruktur, Keuangan, Perdagangan dan Jasa, dan Manufaktur.

03 Indeks LQ45. Indeks ini terdiri dari 45 saham Perusahaan Terdaftar yang dipilih berdasarkan pertimbangan likuiditas dan kapitalisasi pasar, dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan. Review dan penggantian saham dilakukan setiap 6 bulan.

04 Jakarta Islamic Index (JII). Indeks ini menggunakan 30 saham yang dipilih dari saham-saham yang masuk dalam kriteria syariah berdasarkan Daftar Efek Syariah yang diterbitkan oleh OJK, dengan mempertimbangkan kapitalisasi pasar dan likuiditas.

05 Indeks Kompas 100. Indeks ini hasil kerja sama BEI dan Harian Kompas terdiri yang terdiri dari 100 saham Perusahaan Terdaftar yang dipilih berdasarkan pertimbangan likuiditas, kapitalisasi pasar, dan kriteria-kriteria lain yang sudah ditentukan. Review dan penggantian saham dilakukan setiap 6 bulan.

06 Indeks Bisnis 27. Kerja sama antara Bursa Efek Indonesia dengan harian Bisnis Indonesia meluncurkan indeks harga saham yang diberi nama Indeks BISNIS-27. Indeks yang terdiri dari 27 saham Perusahaan Terdaftar yang dipilih berdasarkan kriteria fundamental, teknikal atau likuiditas transaksi dan Akuntabilitas dan tata kelola perusahaan.

07 Indeks Pefindo 25. Indeks ini merupakan kerja sama antara BEI dan lembaga rating Pefindo. Indeks ini dimaksudkan untuk memberikan tambahan informasi bagi pemodal khususnya untuk saham-saham emiten kecil dan menengah. Indeks ini terdiri dari 25 saham Perusahaan Terdaftar yang dipilih dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria seperti total aset, tingkat pengembalian modal, opini akuntan publik, likuiditas, dan jumlah saham yang dimiliki publik.

08 Indeks Sri-Kehati. Indeks ini dibentuk atas kerja sama antara BEI dan Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI). SRI adalah kependekan dari Sustainable Responsible Investment. Indeks ini diharapkan memberi tambahan informasi kepada investor yang ingin berinvestasi pada emiten-emiten yang memiliki kinerja baik dalam mendorong usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan menjalankan tata kelola perusahaan yang baik. Indeks ini terdiri dari 25 saham Perusahaan Terdaftar yang dipilih dengan kriteria tertentu.

09 Indeks Papan Utama. Indeks ini menggunakan saham-saham Perusahaan Terdaftar yang masuk dalam Papan Utama.

10 Indeks Papan Pengembangan. Indeks ini menggunakan saham-saham Perusahaan Terdaftar yang masuk dalam Papan Pengembangan.

11 Indeks Individual. Indeks ini menggunakan harga saham masing-masing Perusahaan Terdaftar. / Tim EPK



Perusahaan Asuransi Mikro: "Beberapa perusahaan yang telah menjajakan asuransi mikro, diantaranya adalah PT Asuransi Allianz Life Indonesia, PT Asuransi Takaful Keluarga, PT Asuransi Jiwa Manulife, dan PT Asuransi Jiwa Bringin Life."

Asuransi Mikro : Proteksi Hingga Pelosok Daerah

Berpenghasilan rendah, sebagian besar masyarakat kita rentan jatuh ke dalam kemiskinan saat dilanda bencana. Kehadiran asuransi mikro yang memproteksi 'wong cilik' menjadi harapan baru perbaikan kesejahteraan mereka dengan masa depan yang lebih terjamin.



Indonesia adalah negara yang rentan akan bencana. Tercatat bencana banjir, gempa, tsunami, gunung meletus sudah menjadi teman akrab tanah Indonesia. Di tahun 2010 lalu, pemerintah harus merogok kocek hingga miliaran rupiah untuk mengatasi bencana. Namun tentu saja uang sejumlah itu dirasa masih belum cukup untuk memulihkan dampak keuangan yang disebabkan bencana di seluruh wilayah Indonesia. Terutama pemulihan hidup masyarakat kelas bawah atau berpenghasilan rendah.

Badan Pusat Statistik mencatat saat ini sepertiga penduduk Indonesia atau 77 juta orang tidak memiliki simpanan yang dapat diandalkan. Bayangkan akibat yang terjadi saat pencari nafkah suatu keluarga meninggal, ketika seorang anak dari keluarga tak mampu harus dirawat di rumah sakit, atau ketika tanaman milik keluarga petani rusak karena kekeringan atau banjir. Bencana-bencana seperti itu mengancam kelangsungan rumah tangga miskin, dan biasanya membuat mereka makin terperosok ke dalam kemiskinan dan keputusasaan.

Dalam hal itulah Asuransi Mikro dapat menjadi penolong utama bagi para keluarga berpenghasilan rendah terhadap musibah yang tak terduga, dan mencegah mereka untuk makin terperosok ke dalam jurang kemiskinan.

Asuransi mikro bukanlah suatu jenis produk khusus atau terbatas kepada jenis pemberi layanan tertentu. Asuransi ini menyediakan alternatif pengalihan risiko untuk keluarga berpenghasilan rendah dan ditawarkan dalam berbagai bentuk. Sebagai contoh, untuk membiayai pendidikan anak bila tulang punggung pencari nafkah keluarga meninggal; untuk membiayai rumah sakit anak-anak; atau untuk melindungi petani kecil terhadap ancaman gagal panen karena kekeringan atau kejadian iklim ekstrim lainnya.

Dalam Grand Design Asuransi Mikro Indonesia - yang diluncurkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 17 Oktober 2013 lalu - asuransi mikro didefinisikan sebagai produk asuransi yang diperuntukkan bagi masyarakat berpenghasilan rendah, yang sederhana fitur dan administrasinya, mudah didapat, ekonomis harganya serta segera dalam penyelesaian pemberian santunannya. Ada pun masyarakat berpenghasilan rendah didefinisikan sebagai masyarakat dengan penghasilan per bulan tidak lebih dari Rp2,5 juta.

Senada dengan obyek masyarakat berpenghasilan per bulan tidak lebih dari Rp 2,5 juta, maka premi yang ditawarkan oleh asuransi mikro juga didesain sangat murah. OJK dan pelaku industri menyepakati premi maksimum untuk jasa asuransi mikro hanya sebesar Rp50 ribu sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan manfaat yang optimal. Sementara itu, uang pertanggungan maksimum sebesar Rp50 juta yang pada umumnya berupa santunan namun dapat berupa ganti rugi. Proses klaim dilakukan dengan cepat maksimal 10 hari sejak dokumen diterima lengkap.

Kemudahan yang disepakati dalam pengembangan bisnis asuransi mikro ini sejatinya berkaca pada sejumlah kendala yang menghambat pertumbuhan asuransi mikro, kendati sejumlah perusahaan asuransi telah mulai memasarkan produk ini sejak beberapa tahun lalu.

Kendala dimaksud, antara lain, kurangnya pengetahuan akan asuransi di kalangan

masyarakat; minimnya variasi produk asuransi yang ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan rendah; pandangan bahwa asuransi hanyalah bagi orang kaya; dan kurangnya kepercayaan karena reputasi perusahaan asuransi di Indonesia dan pengalaman buruk yang menimpa mereka saat berurusan dengan penyedia jasa asuransi di waktu yang lalu.

Sedangkan dari sisi penyedia jasa asuransi, kendalanya antara lain: kontraknya dinilai sangatlah rumit; pembayaran klaim memakan waktu terlalu lama dan penuh dengan birokrasi; serta tingginya biaya transaksi membuat produk-produk asuransi menjadi terlalu mahal bagi kaum miskin.

Secara umum, kendala-kendala tersebut juga mempengaruhi pertumbuhan asuransi secara keseluruhan. OJK mencatat jumlah pemegang polis asuransi di Indonesia sementara ini hanya 67 juta dengan 10 juta asuransi individu dan 57 juta asuransi kumpulan. Minimnya asuransi individu salah satunya adalah belum tergarap dengan baik potensi masyarakat kelas bawah dengan penghasilan rendah.

Mengingat pengembangan asuransi mikro yang masih minim di Indonesia, OJK telah membentuk tim pengembangan asuransi mikro yang beranggotakan pegawai OJK dan perwakilan dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) dan Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Tim ini bertugas mengkaji dan merumuskan *grand design* pengembangan asuransi mikro Indonesia, menyusun konsep publikasi asuransi mikro, membantu perumusan rancangan peraturan OJK tentang produk dan tata cara pemasaran asuransi mikro dan menyiapkan peluncuran program pengembangan asuransi mikro.

Terus Berinovasi

Keberadaan Grand Design Asuransi Mikro diharapkan terus mendorong perusahaan-perusahaan yang selama ini telah menjajakan jasa asuransi mikro untuk terus membuat produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut.

Beberapa perusahaan yang telah menjajakan asuransi mikro, diantaranya adalah PT Asuransi Allianz Life Indonesia, PT Asuransi Takaful Keluarga, PT Asuransi

FOKUS INDUSTRI KEUANGAN NON BANK

Jiwa Manulife, dan PT Asuransi Jiwa Bringin Life. Asuransi-asuransi tersebut juga bekerja sama dengan beberapa pihak seperti kantor pos, pegadaian, minimarket, bank, koperasi dan retailers untuk menyalurkan asuransi mikro.

Salah satu perusahaan yang memenuhi kriteria menjadi agen pemasaran massal adalah PT Pos Indonesia. Gayung bersambut, perusahaan pelat merah ini telah menandatangani nota kesepakatan (MOU) dengan asosiasi asuransi jiwa, umum, dan syariah untuk menjadi agen penjual asuransi mikro.

Empat bank BUMN, yakni PT Bank Tabungan Negara Tbk (BTN), PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI), PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) dan PT Bank Mandiri Tbk juga telah menandatangani perjanjian yang sama untuk menyalurkan asuransi mikro.

Asuransi Central Asia (ACA), yang mengembangkan asuransi mikro sejak 2010 sudah menggunakan cara ini untuk memasarkan produknya. "Kami bekerja sama dengan Indomaret dan PT Pos Indonesia untuk menjadi *channel* distribution kami," ujar Muljadi Kusuma, Kepala Direktorat Retail & Micro Insurance ACA.

Kerja sama ini membuat asuransi mikro ACA terdistribusikan ke 8.600 cabang Indomaret di seluruh Indonesia dan 3.800 cabang PT Pos di seluruh Indonesia. Pemegang polis bisa membeli produk ini di Indomaret dan memasukkan nomor PIN untuk terdaftar secara *online*. Proses klaim bisa hanya lewat

pesan singkat ponsel.

Produk asuransi mikro yang dimiliki oleh ACA adalah demam berdarah, kecelakaan, kebakaran dan gempa bumi dengan premi Rp10.000 per produk. Muljadi mengatakan kontribusi asuransi mikro terhadap bisnis ACA keseluruhan belum terlalu besar.

Menggunakan saluran distribusi yang langsung bersentuhan dengan masyarakat juga dilakukan oleh Prudential, yaitu lewat lembaga keuangan mikro (LKM). "Konsepnya adalah kerja sama mitra," ujar Firmandhani Hamdan, Head of Microinsurance Department Prudential.

Sejak dirilis April 2013 lalu, Prudential telah mengikat kerja sama dengan tujuh LKM, dan tersebar di Pulau Jawa. Perusahaan menargetkan menggandeng 12 LKM di akhir tahun nanti. Produk asuransi mikro Prudential bernama Pru-Aman, berupa asuransi Jiwa Kredit. Preminya berkisar antara Rp3.000 - Rp 10.000 per tahun, untuk debitur dengan utang Rp1 juta.

Menjadi asuransi jiwa kredit mikro telah lama dilakoni oleh Bringin Life. Direktur Bringin Life, Sugeng Sudibjo mengatakan asuransi jiwa kredit menyumbangkan 70 persen dari porsi bisnis Bringin Life. Demikian juga dengan Allianz Life Indonesia yang telah memasarkan asuransi mikro sejak tahun 2006. Jumlah tertanggung asuransi mikro Allians telah mencapai 1.398.607 tertanggung.

Handojo Kusuma, Wakil Direktur Utama Allianz Life Indonesia mengatakan, untuk memasarkan produk-produk asuransi mikro,



Untuk memasarkan produk-produk asuransi mikro, saat ini asuransi mikro Allianz bekerja sama dengan 3 mitra perbankan, 5 koperasi dan 61 Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang tersebar mulai dari Sumatera, Jawa, Bali, Sulawesi hingga Jayapura.

Wakil Direktur Utama Allianz Life Indonesia
Handojo Kusuma



Asuransi Central Asia: "ACA telah menggandeng Indomaret dan PT Pos Indonesia sebagai channel distribution sehingga asuransi mikro ACA terdistribusikan ke 8.600 cabang Indomaret di seluruh Indonesia dan 3.800 cabang PT Pos di seluruh Indonesia."



Produk Asuransi Mikro: "Asuransi mikro didefinisikan sebagai produk asuransi yang diperuntukkan bagi masyarakat berpenghasilan per bulan tidak lebih dari Rp2,5 juta, sederhana fitur dan administrasinya, mudah didapat, ekonomis harganya serta segera dalam penyelesaian pemberian santunannya."

saat ini asuransi mikro Allianz bekerja sama dengan 3 mitra perbankan, 5 koperasi dan 61 Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang tersebar mulai dari Sumatera, Jawa, Bali, Sulawesi hingga Jayapura.

Memang, para pemberi jasa harus menawarkan produk-produk dengan biaya terjangkau, distribusi yang efektif dari segi biaya dan proses pembayaran klaim yang lebih sederhana. Di sisi lain, produk-produk asuransi mikro juga harus memberikan tingkat ketersediaan dan fleksibilitas yang tinggi.

"Mungkin yang paling efektif adalah telepon selular (ponsel) dapat membantu distribusi asuransi mikro ke daerah terpencil dan pedesaan. Sebagai contoh, seorang petani di daerah terpencil dapat membayar premi untuk asuransi kekeringan dengan menggunakan aplikasi asuransi mikro khusus yang tersedia pada ponselnya," kata Yoko Doi, spesialis keuangan yang menangani hal yang berkaitan dengan akses terhadap jasa keuangan dari kantor Bank Dunia Jakarta.

Dia juga berpandangan, pemegang polis dengan arus kas yang tidak menentu dapat membayar tambahan premi ketika memiliki dana yang lebih, dan membayar lebih sedikit ketika keadaan keuangannya sedang menurun. Sementara aset bernilai rendah juga dapat diasuransikan untuk jangka pendek; suatu petak sawah, misalnya, dapat diasuransikan terhadap kekeringan selama satu masa panen.

Namun demikian, yang terpenting bahwa

seiring dengan tersedianya produk-produk asuransi mikro ini, masyarakat harus diberikan penyuluhan mengenai manfaat produk asuransi mikro. Bersamaan dengan itu, keterampilan lembaga-lembaga terkait dan pihak-pihak yang berpotensi sebagai penyalur produk asuransi juga harus

diperkuat, untuk menciptakan lingkungan yang mendukung penyaluran asuransi mikro. Dengan demikian, Indonesia akan mengambil suatu langkah besar menuju pengentasan kemiskinan, sekaligus mendorong sektor swasta dan ekonomi secara keseluruhan. / Tim EPK

GRAND DESIGN ASURANSI MIKRO INDONESIA

- Definisi asuransi mikro adalah produk asuransi yang diperuntukkan bagi masyarakat berpenghasilan rendah yang sederhana fitur dan administrasinya, mudah didapat, ekonomis harganya serta segera dalam penyelesaian pemberian santunannya.
- Definisi masyarakat berpenghasilan rendah adalah masyarakat dengan penghasilan per bulan tidak lebih dari Rp 2,5 juta.
- Karakteristik asuransi mikro adalah SMES (Sederhana, Mudah didapat, Ekonomis dan Segera).
- Asuransi mikro menyediakan perlindungan dasar atas risiko keuangan yang dihadapi masyarakat berpenghasilan rendah.
- Asuransi ini dapat diperoleh di lingkungan masyarakat umum seperti kantor pos, pegadaian, minimarket dan supermarket.
- Premi yang ditawarkan oleh asuransi mikro sangat murah. Premi maksimum hanya sebesar Rp50 ribu sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan manfaat yang optimal.
- Uang pertanggungan maksimum sebesar Rp50 juta yang pada umumnya berupa santunan namun dapat berupa ganti rugi.
- Proses klaim dilakukan dengan cepat maksimal 10 hari sejak dokumen diterima lengkap.
- Asuransi mikro ini akan resmi berlaku pada 2016.
- OJK saat ini masih menyusun perangkat pengaturan serta mengembangkan produk dan regulasi. / Tim EPK



Dari Rusia Menggali Literasi Keuangan

Literasi keuangan dan perlindungan konsumen sudah lama menjadi isu global. Namun, dari sisi implementasi masih dirasa belum maksimal. Padahal, keduanya bisa mendukung stabilitas sistem keuangan yang sehat dan berkesinambungan.

Pada 13 – 14 Juni 2013, OJK mengirimkan delegasi untuk menghadiri pertemuan G 20 di Moskow, Rusia, yang mengangkat tema: “*Empower Consumers of Financial Products and Services through Improved Financial Literacy/Capability and Effective Consumer Protection*”.

Pertemuan tersebut diselenggarakan atas kerja sama antara pemerintah Rusia, World Bank dan OECD (Organization for Economic Cooperation and Development). Acara ini merupakan serial *meeting* dari berbagai pertemuan Taskforce on Financial Inclusion di forum G20.

Sekadar informasi, Taskforce on Financial Inclusion telah mengeluarkan *guiding principle* (pedoman) untuk para anggotanya, termasuk mengakomodasi kemungkinan adanya pendekatan yang berbeda terkait

kekhususan masing-masing negara (*national practices*).

Ada trilogi yang dikenal dalam *financial inclusion* (keuangan inklusif), yaitu *Access* (akses), *Education* (pendidikan) dan *Protection* (perlindungan). Trilogi tersebut perlu terus disosialisasikan dan digunakan dalam penyusunan kebijakan/pengaturan.

Kemudian, dengan diperkenalkannya program *financial inclusion* ke dalam sistem pengawasan lembaga keuangan, secara otomatis telah terjadi perubahan paradigma pengawasan. Dan, aspek perlindungan konsumen menjadi salah satu penilaian kinerja lembaga keuangan.

Kembali ke pertemuan Moskow yang dihadiri oleh negara-negara anggota G20 dan OECD ini, salah satu tujuannya adalah menyamakan persepsi mengenai pentingnya peningkatan literasi keuangan

(*financial literacy*) dan perlindungan konsumen keuangan (*financial consumer protection*) yang efektif untuk memberdayakan (*empowering*) konsumen keuangan, serta *sharing best practice* di beberapa negara yang berhasil menerapkan program literasi keuangan dan perlindungan konsumen.

Pada pembukaan, Sergei Storchak, Wakil Menteri Keuangan Rusia, mengatakan, bahwa peningkatan literasi keuangan dan penerapan strategi perlindungan konsumen yang efektif merupakan dua hal pokok yang dibutuhkan untuk memberdayakan konsumen keuangan mencapai *broad and equitable financial inclusion*, serta mendukung stabilitas sistem keuangan yang sehat dan berkesinambungan.

Sergei Storchak mengambil contoh program yang berhasil dilakukan di negaranya,



Peningkatan literasi keuangan dan penerapan strategi perlindungan konsumen yang efektif merupakan dua hal pokok yang dibutuhkan untuk memberdayakan konsumen keuangan mencapai broad and equitable financial inclusion, serta mendukung stabilitas sistem keuangan yang sehat dan berkesinambungan.

Wakil Menteri Keuangan Rusia
Sergei Storchak

yaitu *Fund of Good Idea*. Pada program itu, pemerintah Rusia mengucurkan dana sebesar 10 juta dollar AS bagi penciptaan gagasan terkait program Financial Education dan Customer Protection. Program ini mengacu berbagai riset yang dilakukan World Bank dan OECD, yang meyakini adanya hubungan positif antara meningkatnya literasi keuangan dengan perbaikan stabilitas sistem keuangan.

World Bank dan OECD juga meyakini bahwa program edukasi keuangan yang sistematis akan mampu meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan efektifitas perlindungan konsumen. Untuk itu, World Bank dan OECD mengembangkan berbagai metode pengukuran tingkat literasi keuangan masyarakat dan efektifitas perlindungan konsumen di suatu negara, serta metode evaluasi program edukasi keuangan.

Berbagai Pengalaman

Pada hari pertama, peserta disuguhkan berbagai pengalaman beberapa negara dalam upaya meningkatkan literasi keuangan (*financial literacy*) di negaranya masing-masing. Kemudian paparan mengenai edukasi keuangan bagi kalangan muda juga menjadi topik yang menarik perhatian.

Para panelis pada sesi itu sepakat bahwa propaganda edukasi keuangan melalui pendidikan formal dan informal di sekolah merupakan metode edukasi yang paling efektif untuk diterapkan.

Brasil merupakan salah contoh negara yang berhasil mengembangkan edukasi keuangan secara formal di sekolah. Selain itu, edukasi keuangan secara informal juga berhasil diterapkan di beberapa Negara lain. Penggunaan *tools* edukasi seperti opera sabun di Afrika Selatan atau *reality show* di Meksiko menjadi contoh edukasi keuangan yang berhasil memanfaatkan media elektronik.

Terkait dengan edukasi keuangan untuk kalangan muda, terdapat beberapa kiat yang disampaikan oleh panelis. *Pertama*, usia paling efektif untuk edukasi keuangan adalah sejak 7 tahun. Bagi usia di bawah 7 tahun, maka edukasi paling baik dilakukan terhadap orang tuanya.

Kedua, metode edukasi untuk anak-anak harus dikaitkan dengan adanya perubahan perilaku. Misalnya, *assessment* perbandingan sebelum dan sesudah anak-anak diberikan edukasi, terkait dengan perilaku menyisihkan jumlah uang untuk ditabung. *Ketiga*, media edukasi melalui *social media* sangat efektif untuk kalangan muda.

Pada kesempatan itu, terkuak juga bahwa INFE (International Network on Financial Education) dan OECD telah mengembangkan berbagai metode edukasi keuangan yang menarik bagi kalangan muda, baik secara formal di sekolah maupun nonformal di luar sekolah. Dikatakan juga, seluruh *stakeholders* yang terdiri dari guru, murid, orang tua, dan komunitas pendidikan bertanggung jawab atas edukasi keuangan untuk kalangan muda.

Di Australia, modul edukasi keuangan disediakan dalam 4 tahapan, yaitu untuk usia 5-9 tahun (*optional*), usia 10-13 tahun (*compulsory*), 10-16 tahun (*optional*), dan >15 tahun (*elective*). Melalui ASIC (Australian Securities and Investment Commission), Australia berhasil mengembangkan program Money-Smart Teaching untuk melakukan edukasi keuangan melalui *website*. Sementara di Inggris, edukasi keuangan secara formal dimasukkan dalam kurikulum

sekolah mata pelajaran Matematika sejak usia 7 tahun.

Perlindungan Konsumen

Pada hari berikutnya, diskusi panel membahas mengenai pentingnya kerangka kerja perlindungan konsumen yang efektif sebagai aspek penting dalam membangun strategi literasi keuangan. Ketersediaan mekanisme perlindungan konsumen yang efektif akan mendorong meningkatnya kepercayaan konsumen, serta mendekati pencapaian inklusi keuangan dan stabilitas keuangan.

Pada sesi diskusi panel yang lain dipaparkan mengenai metode pengukuran *financial literacy and capability*. Ketika membuka diskusi, Administrator Directorate for Financial and Enterprise Affairs OECD Flore-Anne Messy mengatakan, bahwa metode pengukuran *financial literacy* sangat penting untuk memformulasikan kebijakan edukasi keuangan. Messy juga menyampaikan hasil survei literasi keuangan di 14 negara yang diukur dengan *template* survei OECD.

Survei tersebut mengukur tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan masyarakat. OECD mengharapkan bahwa *template* survei ini bisa digunakan untuk melakukan survei literasi keuangan di negara lain.

Pada diskusi panel terakhir untuk sesi hari pertama membahas metode evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu program edukasi keuangan. Richard Hinz sebagai pemandu diskusi memaparkan bahwa evaluasi hasil kegiatan merupakan bagian penting dari program edukasi keuangan. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak dari program yang telah dilaksanakan untuk melakukan perbaikan program edukasi ke depan.

Pada hari kedua, sesi diskusi panel lebih fokus pada kebijakan dan pengaturan *financial consumer protection*. Dalam diskusi panel ini dipaparkan bahwa isu mengenai *consumer protection* saat ini sudah menjadi tren global. Berbagai lembaga internasional telah menginisiasi pengembangan kebijakan dan pengaturan *consumer protection*, seperti yang dilakukan oleh OECD dan World Bank melalui pembentukan Task Force.

Negara-negara yang tergabung dalam G20 pun juga telah menyusun *High-level Principles on Financial Consumer Protection*. WB-FinConet telah melakukan survei mengenai pelaksanaan kebijakan *financial consumer protection* di 100 negara. Hasil survei menunjukkan, bahwa regulator keuangan memiliki peran penting dalam mengimplementasikan kebijakan dan pengaturannya. / TIM EPK

Bahaya Laten Opini Media



Retno Ici

Direktur Pengaturan Pasar Modal
Otoritas Jasa Keuangan

K

etua Mahkamah Konstitusi Akil Mochtar tertangkap tangan menerima suap.

Kalimat yang menyerupai pernyataan, seperti contoh di atas, seringkali menjadi *headline* di surat kabar. Di satu sisi, kalimat media yang berbentuk pernyataan dapat dimaklumi, mengingat salah satu tujuan media adalah agar orang tertarik terhadap hal-hal apa yang diberitakannya. Namun apabila ditelaah lebih dalam, apakah pernyataan media tersebut telah sepenuhnya benar? Apakah telah terdapat verifikasi, pemeriksaan, ataupun pembuktian atas pernyataan tersebut?

Pasalnya, pernyataan yang bersifat provokatif sering kali menjadi dasar bagi masyarakat pembaca media untuk melakukan *judgment* dan penghukuman terhadap suatu hal, perbuatan ataupun orang tertentu. Meskipun pada faktanya, pernyataan tersebut belum pernah terbukti secara hukum di pengadilan.

Berdasarkan hal tersebut, sering kita bertanya apakah makna kebenaran yang tumbuh dan berkembang di masyarakat? Apakah hanya dengan suatu pernyataan di media yang belum tentu benar, dapat dikatakan sebagai kebenaran? Apakah benar, suatu kebenaran itu bersifat relatif, di mana bisa saja sesuatu hal itu dianggap benar oleh satu orang, namun belum tentu benar pada anggapan orang lain ataupun masyarakat? Berkaca dari pernyataan-pernyataan tersebut, perlu dipertanyakan apakah makna dan hakikat dari kebenaran itu?

Pada dasarnya kebenaran adalah satu nilai paling utama di dalam fungsi rohani kehidupan manusia. Artinya, sifat manusiawi atau martabat kemanusiaan (*human dignity*) selalu berusaha “memeluk” suatu kebenaran.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Benar berarti sesuai sebagaimana adanya (seharusnya), betul, tidak salah; tidak berat sebelah, adil; lurus (hati); dapat dipercaya (cocok dengan keadaan yg sesungguhnya); tidak bohong; sah.

Tentang kebenaran ini, Plato pernah berkata: “Apakah kebenaran itu?”, lalu pada waktu yang tak bersamaan, Bradley menjawab bahwa kebenaran itu adalah kenyataan, tetapi bukanlah kenyataan (*das sollen*) itu tidak selalu yang seharusnya (*das sein*) terjadi.⁽¹⁾

Kebeneran itu sendiri dapat dikelompokkan dalam tiga makna, yaitu:

Pertama, kebenaran moral menjadi bahasan etika, dia menunjukkan hubungan antara yang kita nyatakan dengan apa yang kita rasakan.

Kedua, kebenaran logis menjadi bahasan epistemologi, logika, dan psikologi, dan merupakan hubungan antara pernyataan dengan realitas objektif.

Ketiga, kebenaran metafisik berkaitan dengan yang-ada sejauh berhadapan dengan akal budi, karena yang ada mengungkapkan diri kepada akal budi. Yang ada merupakan dasar dari kebenaran, dan akal budi yang menyatakannya.⁽²⁾

Berdasarkan makna kebenaran tersebut, dapat kita tarik kesimpulan bahwa pendapat ataupun *judgment* pada masyarakat didasarkan hanya kepada akal budi, hasil pemikiran ataupun asumsi yang timbul akibat suatu pernyataan yang dirasa cukup akurat. Pendapat ataupun *judgment* yang diberikan oleh masyarakat terhadap suatu peristiwa tidak didasarkan pada apa yang mereka rasakan langsung dan tidak pula berdasarkan realitas yang ada.

Apabila dikaitkan dengan norma

Kebeneran yang menjadi dasar masyarakat untuk melakukan judgment juga dipengaruhi oleh media, di mana pada sekarang ini sering kita dengar bahwa adanya media yang menggiring opini ataupun pendapat masyarakat terhadap suatu hal dengan didukung oleh fakta-fakta yang tentu saja dipergunakan dalam pembentukan opini tersebut.

hukum, terhadap suatu peristiwa hukum harus dibuktikan di hadapan pengadilan. Di dalam hukum pidana, dikenal dengan asas pembuktian materil yang berarti bahwa terhadap pencarian kebenaran di dalam suatu peristiwa hukum pidana harus dibuktikan dengan memperhatikan segala petunjuk yang ada dan dihadirkan di muka persidangan.

Namun perlu diperhatikan bahwa dengan asas pembuktian materil, maka di dalam hukum acara pidana lebih mengutamakan alat bukti saksi yang melihat, merasakan ataupun mendengar secara langsung atas peristiwa hukum tersebut. Hal ini berbeda dengan asas di dalam hukum perdata yang lebih mengutamakan pembuktian formil atau dapat dikatakan menempatkan kedudukan alat bukti surat di tempat paling utama.

Di dalam hukum pidana terdapat beberapa asas yang terkenal terkait

dengan kebenaran itu sendiri, yaitu antara lain asas *presumption of innocence*, yaitu asas yang menyatakan bahwa suatu orang tidak dapat dikatakan telah melakukan suatu tindak pidana tanpa terlebih dahulu dapat dibuktikan di muka pengadilan.

Asas itu, selanjutnya berimplikasi dengan lahirnya asas lain yaitu asas *In Dubio Pro Reo* yang memiliki makna bahwa hakim lebih baik melepaskan seribu orang bersalah daripada menghukum satu orang yang tidak bersalah.

Dari pernyataan dan teori-teori di atas, secara singkat dapat kita simpulkan bahwa kebenaran itu sangat ditentukan oleh potensi individu masyarakat, tingkatan validitas, dan merupakan perwujudan dari pemahaman (*comprehension*) individu masyarakat tentang sesuatu hal terutama yang bersumber dari sesuatu yang di luar subyek itu seperti realita, peristiwa, dan nilai-nilai (norma dan hukum) yang bersifat umum.

Terhadap *judgement* masyarakat atas suatu peristiwa atau pernyataan juga dimaknai sebagai kebenaran akal budi individu masyarakat tersebut, serta dipengaruhi faktor-faktor eksternal yang ada disekitar masyarakat tersebut.

Kebeneran yang menjadi dasar masyarakat untuk melakukan *judgment* juga dipengaruhi oleh media, di mana pada sekarang ini sering kita dengar bahwa adanya media yang menggiring opini ataupun pendapat masyarakat terhadap suatu hal dengan didukung oleh fakta-fakta yang tentu saja dipergunakan dalam pembentukan opini tersebut.

Proses pembentukan opini tersebut sering kali berhasil karena fakta-fakta yang dimunculkan di media hanyalah fakta-fakta tertentu saja dan disampaikan tidak secara komprehensif.

Akibatnya adalah adanya pembentukan satu opini terhadap suatu hal ataupun peristiwa tertentu dengan mengabaikan kebenaran hakiki dari peristiwa tersebut.

Berkeenaan dengan hal tersebut perlu dilakukan langkah lebih lanjut, baik dengan melakukan pembinaan terhadap media yang pada saat ini menjadi "jendela informasi" di masyarakat ataupun pembinaan kepada masyarakat itu sendiri dengan memberikan pengetahuan ataupun informasi yang memadai. Hal ini diperlukan agar di dalam masyarakat tidak terjadi proses *judgment* yang dihasilkan tanpa dasar suatu kebenaran ataupun fakta yang ada.

Pembinaan dilakukan khususnya terkait dengan peristiwa-peristiwa hukum yang terjadi dan menjadi sorotan publik. Contoh yang terbaru adalah terkait berita tidak dibayarkannya klaim asuransi anak seorang penyanyi terkenal di Indonesia oleh sebuah perusahaan asuransi.

Berita di media terkait tidak dibayarnya klaim asuransi tersebut telah meruncing dan men-*judge* bahwa perusahaan asuransi tersebut tidak memiliki itikad baik untuk memenuhi janjinya kepada tertanggung pada perusahaan tersebut.

Banyak pihak yang tidak mengerti asuransi ataupun proses bisnis asuransi, langsung menganggap bahwa kesalahan ada pada perusahaan asuransi serta menyimpulkan bahwa tidak ada kegunaan untuk mengikuti asuransi, karena dibayar atau tidaknya suatu klaim adalah merupakan keputusan dari perusahaan asuransi. Apabila anggapan ini menyebar kepada masyarakat tanpa didasari suatu fakta ataupun kebenaran atas peristiwa tersebut dapat mempengaruhi industri asuransi tersebut.



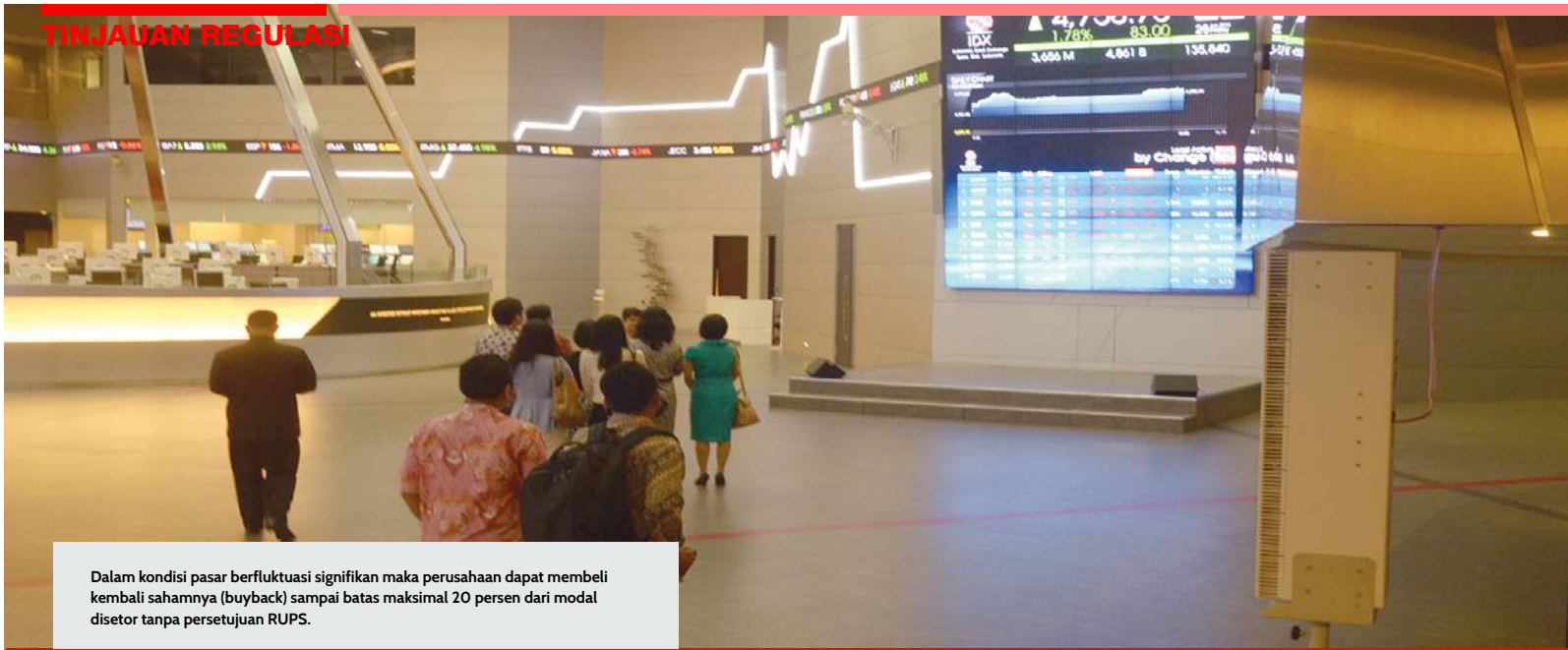
Padahal apabila kita melakukan penelaahan, bahwa pihak tertanggung dan perusahaan asuransi telah terlebih dahulu melakukan perjanjian pertanggungan asuransi yang dirangkum dalam polis asuransi yang juga telah diserahkan kepada tertanggung pada saat pembukaan polis asuransi. Klaim apa saja yang dapat ataupun tidak dapat dimintakan pertanggungan telah disebutkan di dalam polis asuransi tersebut.

Salah satu hal yang mengakibatkan tidak dilaksanakannya pertanggungan asuransi adalah apabila klaim yang akan dimintakan diakibatkan adanya suatu perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh si tertanggung.

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas, sering kali media membuat pernyataan ataupun pembentukan opini di masyarakat tanpa terlebih dahulu dibuktikan kebenarannya. Sehingga sering kali kebenaran yang tumbuh dan berkembang dimasyarakat merupakan kebenaran nisbi yang belum tentu sesuai dengan fakta dari suatu peristiwa. Kebeneran nisbi ini memiliki dampak negatif berupa pembentukan opini yang salah atau bahkan secara gamblang dapat dikatakan suatu tindakan pembodohan ataupun degradasi intelektual kepada masyarakat.

(1) Harun Hadiwijono, Sari Sejarah Filsafat Barat II, Yogyakarta : Kanisius, 1980.

(2) Jujun S. Sumiasumantri, Filsafat Ilmu, Sebuah Pengantar Populer, Jakarta : Pustaka Sinar harapan, 1990.



Dalam kondisi pasar berfluktuasi signifikan maka perusahaan dapat membeli kembali sahamnya (*buyback*) sampai batas maksimal 20 persen dari modal disetor tanpa persetujuan RUPS.

Kebijakan *Buyback* di Pasar Modal

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 02/POJK.04/2013 tentang Pembelian Kembali Saham Yang Dikeluarkan Oleh Emiten atau Perusahaan Publik Dalam Kondisi Pasar yang Berfluktuasi Secara Signifikan, akhirnya diefektifkan OJK seiring telah melemahnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Peraturan yang ditandatangani pada 23 Agustus 2013 tersebut menyebutkan bahwa kondisi pasar dianggap berfluktuasi signifikan jika IHSG di BEI selama tiga hari bursa berturut-turut secara kumulatif turun 15 persen atau lebih, atau kondisi lain yang ditetapkan OJK. Dalam kondisi tersebut perusahaan dapat membeli kembali sahamnya (*buyback*) sampai batas maksimal 20 persen dari modal disetor tanpa persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Selain itu, perusahaan baru dapat melakukan pembelian kembali saham tersebut setelah menyampaikan keterbukaan informasi kepada OJK dan BEI paling lambat 7 hari bursa setelah terjadinya kondisi pasar sebagaimana dimaksud di atas.

Peraturan tersebut juga menyebutkan bahwa saham hasil pembelian kembali dapat dialihkan, antara lain, dengan cara dijual baik di bursa efek maupun di luar bursa efek dengan ketentuan, dilaksanakan setelah 30 hari sejak pembelian kembali saham Perusahaan, dilaksanakan seluruhnya atau setelah berakhirnya masa pembelian kembali dan harga pengalihan saham tidak boleh lebih rendah dari harga rata-rata pembelian kembali saham Perusahaan.

Jika saham pembelian kembali dijual melalui Bursa Efek, peraturan tersebut mewajibkan dipenuhinya ketentuan-ketentuan transaksi jual hanya dapat dilaksanakan melalui 1 (satu) Anggota Bursa.

Selain itu, transaksi jual hanya dapat dilakukan setelah 30 menit sejak

pembukaan sampai 30 menit sebelum penutupan perdagangan dan jumlah penjualan kembali saham pada setiap hari paling banyak 20 persen dari jumlah seluruh saham yang telah dibeli kembali oleh Perusahaan.

Peraturan ini juga menyebutkan, Emiten atau Perusahaan Publik tetap diwajibkan mengumumkan keterbukaan informasi kepada masyarakat dan menyampaikan bukti pengumuman dan dokumen pendukungnya kepada OJK paling lambat 14 hari sebelum dilaksanakannya penjualan saham hasil pembelian kembali.

Karena kondisi perdagangan saham di BEI dalam tiga bulan terakhir mengalami tekanan yang tercermin dari turunnya secara signifikan IHSG, maka pada 27 Agustus 2013, Kepala

Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK telah menetapkan Surat Edaran (SE) OJK Nomor 01/SEOJK.04/2013 yang menetapkan "Kondisi lain sebagai kondisi pasar yang berfluktuasi secara signifikan".

SE ini sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 1 huruf b Peraturan OJK Nomor 2/POJK.04/2013 tentang Pembelian Kembali Saham yang Dikeluarkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik dalam Kondisi Pasar Yang Berfluktuasi Secara Signifikan.

Sebagaimana diketahui, sebelum SE tersebut dikeluarkan, sejak 20 Mei 2013 sampai 27 Agustus 2013 terjadi penurunan IHSG sebesar 1.247,134 poin (23,91 persen). Kondisi inilah yang ditetapkan sebagai "kondisi lain" sebagaimana dimaksud Pasal 1 angka 1 huruf b POJK Nomor 2/POJK.04/2013.

Ketentuan dalam SE OJK ini mulai berlaku pada 27 Agustus 2013 sampai dengan tanggal dicabutnya SE tersebut.

OJK akan memantau aksi pembelian saham kembali (*buyback*) oleh sejumlah emiten. Wasit pasar modal ini akan memberikan sanksi jika terbukti ada yang melakukan pelanggaran.

Salah satu isu pelanggaran terkait *buyback* ini adalah penentuan harga pembelian kembali saham. Dalam POJK Nomor 2 ini, tidak diatur secara detil mengenai harga *buyback*. Namun, sebelum mengeksekusi aksi korporasi ini, emiten wajib memberikan keterbukaan informasi, salah satunya mengenai pembatasan harga saham *buyback*.

Di bawah aturan ini emiten bebas melakukan *buyback* tanpa harus menggelar RUPS. Dengan aturan tanpa RUPS ini OJK berharap, kepercayaan diri pelaku pasar meningkat sehingga memicu aksi beli.

Ini berbeda dengan aturan sebelumnya, yakni Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) Nomor XI B2 tentang Pembelian Kembali Saham Yang Dikeluarkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik. *Belied* ini mengharuskan emiten untuk memperoleh persetujuan RUPS terlebih dahulu sebelum *buyback*.

Selain itu, juga ada aturan main mengenai ketentuan harga *buyback*. Isinya, harga penawaran untuk membeli kembali saham harus lebih rendah atau sama dengan harga perdagangan sebelumnya.

Nurhaida, Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK mengatakan, pihaknya akan intensif memeriksa laporan kegiatan *buyback* setiap emiten. "Jika terjadi pelanggaran, tentu akan kami kenakan sanksi," ujarnya.

Adapun sanksi yang diberikan akan disesuaikan dengan pelanggaran yang dilakukan. Bisa berupa peringatan tertulis, denda atau dipaksa melepas kembali saham yang telah di-*buyback*.

Bila ditilik, peraturan *buyback* yang dikeluarkan OJK ini merupakan kebijakan yang tepat dan cepat. Maklumlah, krisis dan guncangan di sektor keuangan global berulang-ulang kali terjadi dan dalam siklus yang makin lama makin singkat. Indonesia, pasca krisis 98 juga mengalami turbulensi sektor keuangan yang merupakan imbas dari pasar keuangan global, terutama Amerika Serikat.

Dan tahun ini, guncangan itu pun menghampiri pasar modal nasional. IHSG berfluktuasi cukup tajam, bahkan sempat menyentuh di bawah level 3.900. Disinilah taji OJK mulai diuji. Menghadapi situasi itu, otoritas langsung meresponnya dengan mengeluarkan aturan yang memberikan kemudahan bagi emiten atau perusahaan publik untuk membeli kembali sahamnya (*buyback*) untuk mengurangi kerugian.

Buyback sejatinya untuk menahan penurunan harga. Kalau di bawah 15 persen efeknya akan berkurang. Kalau di atas 20 persen makin bagus. Semakin banyak yang *buyback*, maka akan semakin berpengaruh terhadap kondisi pasar Indonesia.

Meski belum terlalu signifikan, namun kebijakan *buyback* dari OJK ini cukup efektif menahan kejatuhan bursa. Setidaknya, dua hari berturut-turut setelah dikeluarkan kebijakan ini, bursa kembali ke zona hijau. IHSG mulai menguat, naik 77,12 poin (1,92 persen) ke posisi 4/103,59. Sehari sebelumnya IHSG juga menguat 58,63 poin ke 4.026,48.



OJK akan intensif memeriksa laporan kegiatan *buyback* setiap emiten. Jika terjadi pelanggaran, tentu akan kami kenakan sanksi.

Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal
Nurhaida

Pendeknya, seperti diakui pengamat, pelaku dan otoritas bursa, langkah ini merupakan bukti pemerintah sudah melakukan upaya menyelamatkan pasar modal. Selain itu, kebijakan ini sukses memberikan sinyal positif kepada pelaku pasar bahwa pemerintah selalu waspada. Karena itu otoritas pasar modal akan terus menyosialisasikan kebijakan baru ini kepada emiten untuk dimanfaatkan.

Beberapa emiten atau perusahaan publik nampaknya juga masih mengkaji secara internal, sehingga kebijakan ini belum berdampak banyak. Emiten harus menghitung berapa kebutuhan *buyback* yang dilakukan, dan ini tergantung setiap individu.

"Suatu kebijakan itu tidak bisa langsung, begitu diterapkan besoknya langsung berefek," ucap Kepala Divisi Stabilitas Sistem Keuangan OJK, Harry Tangguh. "Intervensi OJK hanya bisa melalui peraturan, tapi *kan* tidak mungkin mengubah secara terus-menerus, begitu ada masalah bikin peraturan lagi, terus diubah lagi, nanti dibilang *plin-plan*," sambung Harry. /Tim EPK

Untung Rugi Kebijakan Uang

Bank Indonesia (BI) mengeluarkan peraturan baru soal kredit kepemilikan rumah (KPR) untuk pembelian properti kedua dan seterusnya, serta aturan mengenai down payment (DP) untuk kredit kendaraan bermotor. Ketentuan ini diatur dalam Surat Edaran BI No.15/40/DKMP perihal Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Pemberian Kredit atau Pembiayaan Pemilikan Properti, Kredit atau Pembiayaan Konsumsi Beragun Properti dan Kredit atau Pembiayaan Kendaraan bermotor. Ketentuan ini juga disebut aturan mengenai Loan to Value (LTV)/ Financing to Value (FTV) dan DP atau uang muka. Bagaimana komentar masyarakat, pengusaha dan pihak perbankan menanggapi beleid BI yang berlaku sejak 15 Maret 2012 ini? Berikut beberapa diantaranya:

Tejasari CFP®

Independent Financial
Planner Tatadana Consult-
ing

Aturan baru Bank Indonesia tentang uang muka kredit properti, membuat banyak orang menjadi cemas, terutama developer. Apalagi bank dilarang memberikan KPR bila rumah berstatus inden atau belum dibangun. Akan tetapi, kalau ditilik lebih dalam, mungkin aturan ini

hanya akan memberatkan kalangan tertentu, terutama menengah atas yang gemar berinvestasi di properti.

Bagi masyarakat golongan bawah yang membeli rumah dengan tipe lebih kecil dari 70m2, maka DP (down payment) yang dikenakan masih di bawah 30 persen. Sementara untuk yang lebih besar dari 70 m2, asal KPR-nya hanya satu, maka aturan uang muka tidak berubah, yaitu tetap 30 persen. Kendala akan timbul kalau kita mau mengambil 2 KPR atau lebih, maka terkena aturan peningkatan uang muka.

Secara pribadi saya melihat hal ini sebagai aturan yang baik, untuk lebih menurunkan risiko kredit macet. 2 KPR atau lebih tentu saja akan menimbulkan cicilan KPR yang besar dan bisa mengganggu cashflow bulanan. Penurunan risiko ini juga terlihat dari ketentuan status rumah yang harus sudah jadi.

Fakta umum yang terjadi adalah, banyak masyarakat yang menjadikan properti sebagai produk investasi dengan memanfaatkan pembelian rumah inden, atau dengan memanfaatkan pembelian secara KPR. Kegemaran berinvestasi di properti ini tentu saja di 'gol'-kan oleh para developer yang memungkinkan jual beli properti walaupun rumahnya belum ada.

Apabila masyarakat yang banyak berinvestasi di properti saat ini menjadi kecewa dengan aturan tersebut, maka sebaiknya mereka menyadari bahwa aturan tersebut memang dibuat untuk melindungi kita juga.

Setyo Maharso

Ketua Umum DPP Real Estat Indonesia (REI)

Sebenarnya pengaruh aturan LTV bagi pengembang secara langsung tidak ada. Lagipula developer bisa menyalahi aturan ini dengan beberapa trik, seperti memberi fasilitas angsuran uang muka bagi konsumen.

Mengenai LTV, ada sisi lain yang harus dilihat. Dalam mengururkan kredit, bank punya kemandirian untuk menilai kemampuan si kosumen. Jadi, sebenarnya, soal besaran DP diserahkan saja kepada bank, tidak perlu diatur BI dan diekspos besar-besaran seperti ini.

Karena peraturan ini berlaku untuk rumah tipe 70 ke atas, menurut saya kalangan menengah sebagai konsumennya akan syok sementara waktu, tetapi nanti juga mereka akan menyesuaikan diri.

Tetapi saya kasihan dengan konsumen di luar Jawa. Di sana, harga rumah tipe 70 sekitar Rp300 jutaan, sementara di Jakarta harga rumah tipe 36 saja bisa Rp500 juta-Rp600 juta. Artinya, jika membeli rumah dengan harga Rp300 juta di Jawa, konsumen bisa membayar DP 10 persen, karena rumahnya di bawah tipe 70. Tetapi di luar Jawa, konsumen harus menyiapkan dana Rp90 juta. Meski mereka mendapat rumah yang lebih besar, tapi hal ini tidak adil.

Kami dari REI sudah ketemu dengan BI tiga kali. BI melakukan ini dengan alasan khawatir terjadi bubble property. Bagaimana bisa bubble, karena keteringgalan perumahan (backlog) kita masih besar, pertumbuhan (backlog) per tahun besar? Kita harus menyelesaikan keteringgalan 10 juta unit, belum lagi pertumbuhannya setiap tahun.

Makanya, kita harus duduk bersama supaya tahu kondisi di lapangan. Saya beri ilustrasi, misalnya ada orang gajinya Rp10 juta. Dia tidak bisa mengambil RST (Rumah Sederhana Tapak), karena RST hanya untuk mereka yang berpenghasilan maksimal Rp3,5 juta. Tetapi di sisi lain dia juga dibatasi dengan aturan LTV yang baru, padahal dia belum punya rumah. Jadi hal ini lucu juga.

Usul saya, aturan LTV ini tidak diberlakukan untuk rumah pertama dan kedua. Sementara untuk rumah ketiga dan seterusnya, yang digunakan sebagai investasi, bisa diberlakukan.



Muka



Deddy Kurniawan

Deputy Branch Manager BTN Kantor Cabang Syariah Bogor

Pembeli rumah tipe luas di atas 70 m² yang menjadi objek kebijakan aturan LTV Bank Sentral merupakan masyarakat ekonomi mapan yang cenderung sudah memiliki aset rumah pertama. Pilihan untuk membeli rumah di atas 70 m² kemungkinan didorong oleh keinginan untuk mengganti rumah menjadi rumah menjadi lebih luas atau pilihan untuk produk investasi.

Dua model pilihan ini tidak akan terganggu oleh kedua produk kebijakan LTV yang dikeluarkan BI. Bagi orang yang ingin membeli rumah lebih besar, tentu mereka memiliki kemampuan untuk membayar uang muka lebih besar dari hasil penjualan rumah pertama. Bagi pembeli yang bertujuan investasi melalui rumah kedua, mereka merupakan kelompok masyarakat yang sudah memiliki deposit dana cukup untuk pengembangan investasi properti, sehingga kebijakan pengendalian LTV tidak akan memberikan dampak langsung bagi mereka.

Pemberlakuan LTV 30 persen untuk KPR rumah pertama tipe di atas 70 m² dan LTV 70 persen untuk KPR rumah kedua justru memberikan kemampuan antisipasi terhadap risiko kredit macet. Kebijakan itu bisa mencegah orang menggunakan pembiayaan perbankan untuk kegiatan investasi pasif melalui kepemilikan aset properti.

Investasi produk properti menjadi salah satu properti investasi paling menguntungkan, tapi menggunakan secara dominan pembiayaan perbankan dalam investasi pasif ini jelas meningkatkan risiko kredit macet bagi dunia perbankan.

Indra Prabowo

Wartawan Otomotif

Berita soal naiknya DP kendaraan bermotor bukanlah berita baru. Jauh sebelumnya, saya sudah dengar pemerintah bakal menaikkan DP kredit motor dan mobil untuk menghalau laju pertumbuhan kendaraan di Indonesia yang semakin lama semakin membludak.

Sesuai ketentuan BI, maka DP paling kurang 25 persen untuk pembelian kendaraan bermotor roda dua; DP paling kurang 30 persen untuk pembelian kendaraan bermotor roda empat untuk keperluan non-produktif dan DP paling kurang 20 persen untuk pembelian kendaraan bermotor roda empat atau lebih untuk keperluan produktif.

Dari peraturan itu, menurut kesimpulan saya, kalau kita membeli motor seharga Rp12 juta, maka kita sebagai konsumen harus membayar DP minimal sebesar Rp3 juta. Ini bagus untuk menghindari modus konsumen dadakan. Contohnya saja, saat musim Lebaran, penjualan motor meningkat tajam. Banyak konsumen yang berbondong-bondong mengambil motor dengan sistem kredit yang ringan, yaitu hanya Rp500 ribu. Tapi, nyatanya, setelah Lebaran banyak kredit macet karena konsumen tak lagi membayar angsuran.

Dari kebijakan itu, menurut saya ada sisi baik dan buruknya. Tapi sebagai konsumen patutlah kiranya kita kritis. Jangan karena munculnya peraturan ini, kita tergesa-gesa membeli motor. Toh, kalau kita memang benar-benar memiliki keinginan kuat membeli motor idaman, DP berapapun tak menjadi masalah. Jangan kemudian terpancing dengan pernyataan, "DP Naik, lebih baik ambil motor sekarang". Rencanakan pengeluaran untuk motor kita sebaik-baiknya.





Rekening Ponsel Ayo ke Bank Lewat Ponsel

Penetrasi industri perbankan sering terkendala jangkauan wilayah, khususnya ke pelosok-pelosok daerah terpencil. Namun, kendala ini bisa teratasi lewat kolaborasi yang harmonis dengan operator telekomunikasi. Contohnya produk inovatif Rekening Ponsel yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai media memasarkan produk keuangan perbankan.

Ketika para pelaku sektor keuangan tengah berbicara soal industri keuangan yang lebih inklusif, orang-orang di sektor teknologi informasi sudah melakukannya. Teknologi, khususnya telepon seluler, sepertinya memang lebih mudah diterima masyarakat, terutama di desa-desa, ketimbang produk-produk dari lembaga keuangan.

Teknologi memang telah mengubah yang tadinya mustahil menjadi mungkin. Di era 90-an, para petani di pedesaan tidak mengenal telepon seluler (ponsel). Bahkan di perkotaan, teknologi komunikasi nirkabel ini masih menjadi barang mahal. Sebaliknya pada saat itu, segelintir orang di pedesaan sudah berhubungan dengan bank, apalagi di perkotaan.

Lebih dari 20 tahun kemudian, banyak orang-orang pedesaan yang memiliki ponsel, begitu pula di perkotaan. Namun jumlah penduduk yang memiliki rekening dan telah berhubungan dengan bank seperti tidak bergerak.

Berdasarkan data dari tiga operator besar di Tanah Air, jika jumlah pelanggannya

digabung maka akan ada sekitar 230 juta orang yang memiliki nomor ponsel. Bisa dibayangkan hampir seluruh masyarakat Indonesia telah memiliki ponsel. Di sisi lain, dari jumlah penduduk yang mencapai 240 juta, yang memiliki rekening di bank hanya 60 juta orang. Sementara sebanyak 120 juta orang terhitung layak untuk punya rekening tapi tidak punya rekening.

Semestinya yang lebih serius memanfaatkan kondisi itu adalah perbankan untuk memperluas pasarnya dan demi mewujudkan sektor keuangan yang lebih inklusif. Jika tidak, maka pelaku bisnis telekomunikasi yang lebih memanfaatkan situasi tersebut dan menjadikan ponsel sebagai jembatan penghubung yang mengantarkan masyarakat kepada perbankan.

Rupanya PT Bank CIMB Niaga telah membaca peluang tersebut dan menjadikannya sebagai inovasi terbaru dan pertama di Indonesia, dengan meluncurkan “Rekening Ponsel.” Inovasi ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan nomor ponsel.

Melalui Rekening Ponsel, nasabah maupun masyarakat yang belum menjadi nasabah bank bisa melakukan transfer dana gratis ke seluruh nomor ponsel di Indonesia, membeli pulsa ponsel prabayar, pembayaran tagihan, bahkan menarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM.

Arwin Rasyid, Presiden Direktur CIMB Niaga berharap, hadirnya Rekening Ponsel mampu memudahkan seluruh lapisan masyarakat melakukan transaksi perbankan tanpa batas. Langkah ini juga mendukung program *financial inclusion* yang dicanangkan oleh otoritas dalam mengenalkan produk dan layanan keuangan secara luas ke masyarakat.

Arwin menjelaskan, Rekening Ponsel dirancang khusus untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaannya karena penerima dana dapat menarik tunai hanya dengan mendaftarkan nomor ponselnya sekali saja di kantor cabang CIMB Niaga terdekat.

Setelah nomor ponsel didaftarkan, penerima dana dapat langsung mengambil dananya melalui ATM CIMB Niaga yang tersebar luas di seluruh Tanah Air, tanpa perlu menggunakan kartu ATM, cukup

dengan menggunakan ponsel saja. Selanjutnya, CIMB Niaga akan terus memperluas tempat-tempat penyetoran dan penarikan tunai Rekening Ponsel di gerai-gerai milik rekan bisnis CIMB Niaga.

Keunggulan lainnya adalah penerima dana juga bisa langsung mengirim dana ke nomor ponsel dari jaringan operator apapun di Indonesia, dan bahkan ke jenis ponsel apapun. Proses pengiriman bisa terus dilakukan berulang-ulang ke orang lain, sehingga dapat menimbulkan efek berantai.

Hal lainnya yang menjadi nilai tambah dari Rekening Ponsel ini, adalah dana yang masuk ke Rekening Ponsel penerima, tidak harus diambil semuanya saat itu juga. Penerima dana bisa mengambil sebagian dari dananya, dan menyimpan sisanya di Rekening Ponsel miliknya untuk digunakan di kemudian hari, tanpa dikenai biaya administrasi bulanan. / Tim EPK

FITUR TERBARU REKENING PONSEL

CIMB Niaga terus memanjakan pengguna Rekening Ponsel melalui penambahan fitur-fitur terbaru untuk kemudahan transaksi perbankan. Yang terbaru, terhitung Senin (21/10), Rekening Ponsel sudah bisa digunakan untuk pembelian/pembayaran di toko-toko (*merchant*) yang memiliki mesin Electronic Data Capture (EDC) CIMB Niaga.

Untuk tahap awal, transaksi pembelian/pembayaran melalui Rekening Ponsel bisa dilakukan di empat *merchant* di seluruh Indonesia, yaitu Cineplex XXI, 7 Eleven, J.CO Donuts & Coffee, dan BreadTalk. *Merchant-merchant* lainnya akan segera menyusul, terang Arwin Rasyid, Presiden Direktur CIMB Niaga.

Ada pun mekanisme pembayaran menggunakan EDC CIMB Niaga ini sangatlah mudah dan dapat dilakukan dengan dua cara. *Pertama*, melalui pembuatan kupon elektronik, nasabah Rekening Ponsel dapat dengan mudah

mengirimkan SMS ke 1418, bertuliskan Kupon disertai dengan maksimal nilai kupon (misalnya Kupon 100.000).

Apabila nasabah menggunakan *smartphone*, maka dapat menggunakan aplikasi Go Mobile, dengan memilih menu "Isi Ulang Prabayar". Dan setelah berhasil, 10 digit kode kupon elektronik tersebut bisa diberitahukan kepada kasir saat melakukan proses pembayaran. Jika terdapat sisa saldo kupon setelah penggunaan, maka sisa saldo kupon akan dikembalikan ke saldo Rekening Ponsel.

Cara kedua adalah pembayaran langsung yang biasanya digunakan untuk pembayaran *delivery order*. Cukup mudah, pengguna menyebutkan nomor ponsel yang sudah didaftarkan, yang kemudian dimasukkan ke dalam mesin EDC. Tidak lupa setiap transaksi akan selalu diminta untuk memasukkan dua digit PIN *challenge* yang akan diterima oleh pengguna melalui SMS.

Kehadiran fitur terbaru Rekening Ponsel ini, lanjut Arwin, melengkapi fitur-fitur lainnya yang telah ada sebelumnya. Yaitu pengiriman uang ke seluruh nomor ponsel di Tanah Air, pengiriman uang ke rekening CIMB Niaga ataupun rekening lain anggota ATM Bersama, pembayaran tagihan, pembelian pulsa ponsel pra bayar, serta tarik tunai tanpa kartu di mesin ATM CIMB Niaga.

Selain itu, pengguna Rekening Ponsel juga dapat melakukan setoran tunai tanpa kartu di mesin setor tunai (Cash Deposit Machine/CDM) CIMB Niaga, dan melihat saldo rekening dan catatan 10 transaksi terakhir.

Kemudahan layanan serta fitur-fitur inovatif yang dihadirkan Rekening Ponsel, diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengguna Rekening Ponsel. Sejak diluncurkan akhir Maret lalu, jumlah pengguna Rekening Ponsel saat ini telah mencapai 200 ribu pengguna. / Tim EPK



Hadirnya Rekening Ponsel mampu memudahkan seluruh lapisan masyarakat melakukan transaksi perbankan tanpa batas. Langkah ini juga mendukung program financial inclusion yang dicanangkan oleh otoritas dalam mengenalkan produk dan layanan keuangan secara luas ke masyarakat

Presiden Direktur CIMB Niaga
Arwin Rasyid



Merchant Rekening Ponsel (Cineplex XXI / 7 Eleven / J.CO Donuts & Coffee / BreadTalk): "Rekening Ponsel sudah bisa digunakan untuk pembelian/pembayaran di toko-toko (*merchant*) yang memiliki mesin Electronic Data Capture (EDC) CIMB Niaga. Untuk tahap awal, transaksi melalui Rekening Ponsel bisa dilakukan di empat *merchant* di seluruh Indonesia, yaitu Cineplex XXI, 7 Eleven, J.CO Donuts & Coffee, dan BreadTalk."

Giring "Nidji"

Berinvestasi Saham Karena Dorongan Ibu

Musisi Giring "Nidji" tidak hanya sibuk di dunia musik. Ayah dua anak ini juga aktif sebagai investor di pasar modal untuk memenuhi kebutuhan masa depan anaknya.

"Saya terjun di pasar modal ini karena pengaruh ibu saya," papar penyanyi bernama asli Giring Ganesha Djumaryo ini saat memberikan testimoninya sebagai investor pasar modal di acara "Summit & Capital Market Expo 2013" di Surabaya akhir Oktober lalu.

Ia bercerita, ibunya merasa khawatir dengan profesinya sebagai vokalis grup band tidak bisa menjadi pegangan hidup jangka panjang. Ibunya pun memberikan gambaran tentang dunia investasi, seperti saham, emas, dan reksadana. Giring juga diminta membaca buku tentang kisah sukses investor pasar modal, di mana salah satunya adalah orang terkaya yang dikenal kecerdikannya dalam berinvestasi.

Lelaki kelahiran 14 Juli 1983 ini juga memberikan kiatnya berkecimpung di pasar modal. Menurutnya, sebelum memilih perusahaan yang akan dibelinya, terlebih dahulu melihat model bisnis perusahaan tersebut, serta struktur manajemen dan CEO perusahaan yang akan dibeli sahamnya.

"Kalau CEO-nya suka foya-foya, saya tidak membelinya karena takut nanti (uang perusahaan) dibuat foya-foya," terangnya.

Giring mengajak masyarakat ikut berinvestasi di pasar modal. Alasannya, selain sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, hasil yang didapat dari investasi pasar modal sangat menjanjikan.

"Kita percaya pasar modal, karena investor bule saja percaya dengan pasar modal Indonesia, masak kita nggak percaya," tandas Giring yang sejak terjun ke pasar modal pada 2007 lalu, sampai saat ini mengaku belum pernah mengalami kerugian.





Happy Salma

Menikmati Bisnis Perhiasan Online

Di luar kesibukannya sebagai pekerja seni, Happy Salma tengah menikmati profesi lain, berbisnis perhiasan. Perempuan berparah ayu ini membuka sebuah gerai di Bali yang menjanjikan aneka aksesoris perhiasan, seperti cincin dan anting.

Selebritas kelahiran Sukabumi, 4 Januari 1980 ini bercerita, bisnisnya sudah berjalan dua tahun belakangan ini. Happy tidak sendiri. Dia berpartner dengan seorang rekannya di Pulau Dewata. Sang teman menjadi desainernya, sedangkan Happy kebagian tugas sebagai kreatifnya. Bisnisnya lebih banyak dilakukan lewat online.

Happy mengaku, pertama kali memulai bisnis tersebut dirinya sempat khawatir karena takut menjadi korban penipuan. Maklumlah, bisnis online rentan dengan risiko tersebut. Beruntung, usaha barunya ini berjalan sesuai harapan.

"Awalnya takut juga. Tapi sudah dua tahun ini berjalan dengan lancar. Semoga terus seperti ini," harap istri dari Tjokorda Bagus Dwi Santana Kerthyasa, pengusaha asal Bali.

Tommy Kurniawan

Rugi Miliaran Akibat Keliru Investasi

Pesinetron Tommy Kurniawan mengaku telah tertipu dengan rekan bisnisnya ketika melakoni bisnis batubara. Ia mengklaim uang miliknya sebanyak Rp6 miliar pun lenyap begitu saja dalam sekejap.

"Rumah, mobil, tanah, semua aset saya hilang. Mudah-mudahan ke depan tidak terjadi lagi," paparnya beberapa waktu lalu.

Bukan tanpa alasan dirinya menyesalkan kejadian itu. Pasalnya, uang tersebut adalah hasil jerih payah Tommy menabung selama 12 tahun.

Namun, ia tak mau berlama-lama menyesali nasib. Ia kini berusaha bangkit dari apa yang pernah menyimpannya. Bagi Tommy, apa yang dilaluinya adalah risiko dari bisnis.

"Saya lagi berusaha keras (untuk bisa bangkit), berusaha menabung lagi untuk membayar semua itu. Saya ambil hikmahnya karena masalah ini saya tahu mana yang baik dan yang tidak," ucap Tommy.





TERMINOLOGI

A **Asuransi** atau *insurance* adalah salah satu bentuk pengendalian risiko, dengan cara mengalihkan atau mentransfer risiko tersebut dari pihak pertama ke pihak lain, dalam hal ini adalah kepada perusahaan asuransi. Pelimpahan tersebut didasari dengan aturan-aturan hukum dan prinsip-prinsip yang berlaku secara universal, yang dianut oleh pihak pertama maupun pihak lain.

Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia atau AAJI adalah sebagai wadah dan penampung serta penyalur aspirasi perusahaan asuransi jiwa dan reasuransi jiwa di Indonesia, guna menciptakan, memelihara, memupuk kerja sama yang saling memberi manfaat untuk pengembangan usaha asuransi jiwa di Indonesia. AAJI juga dijadikan sebagai wahana komunikasi, informasi dan konsultasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi anggota AAJI, serta upaya untuk menemukan pemecahannya.

Asuransi Mikro atau *micro insurance* adalah produk asuransi yang diperuntukkan bagi masyarakat berpenghasilan per bulan tidak lebih dari Rp2,5 juta, sederhana fitur dan administrasinya, mudah didapat, ekonomis harganya serta segera dalam penyelesaian pemberian santunannya. Agar dapat dijangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah, maka premi yang ditawarkan oleh asuransi mikro juga didesain sangat murah. OJK dan pelaku industri menyepakati premi maksimum untuk jasa asuransi mikro hanya sebesar Rp50 ribu.

Asuransi Jiwa atau *life insurance* adalah sebuah kontrak dengan sebuah

perusahaan asuransi jiwa di mana pemegang polis membayar premi sebagai pertukaran dengan jumlah yang akan dibayarkan kepada penerima manfaat bila tertanggung meninggal dunia.

B **Bank** adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank Indonesia adalah bank sentral Republik Indonesia yang memiliki tanggung jawab memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain.

Branchless Banking adalah strategi saluran distribusi jasa keuangan tanpa mengandalkan cabang-cabang bank. Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan penggunaan layanan jasa keuangan tanpa kantor cabang yang bertujuan untuk menciptakan layanan perbankan yang efektif dan efisien. Istilah lain dari *branchless banking* versi Bank Indonesia adalah *mobile payment service* (MPS).

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan prinsip bisnisnya berdasarkan hukum Islam (syariah), yang antara lain adanya larangan meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (haram). Sebagai gantinya, bank syariah dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar jual beli dan bagi hasil

D **Dana Pensiun** adalah institusi berbadan hukum dalam sektor industri jasa keuangan nonbank yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun. Berdasarkan UU No 11 tahun 1992, di Indonesia mengenal 3 jenis dana pensiun yaitu: Dana pensiun pemberi kerja adalah dana pensiun yang dibentuk oleh orang atau badan yang mempekerjakan karyawan; Dana pensiun lembaga keuangan adalah dana

pensiun yang dibentuk oleh bank atau perusahaan asuransi jiwa untuk menyelenggarakan program pensiun iuran pasti; Dana pensiun berdasarkan keuntungan, adalah dana pensiun pemberi kerja yang menyelenggarakan program pensiun iuran pasti.

K **Kartu Kredit** atau *credit card* adalah suatu jenis penyelesaian transaksi ritel (retail) dan sistem kredit, yang namanya berasal dari kartu plastik yang diterbitkan kepada pengguna sistem tersebut. Kartu kredit berbeda dengan kartu debit di mana penerbit kartu kredit meminjamkan konsumen uang dengan imbalan sejumlah bunga tertentu dan bukan mengambil uang dari rekening. Mengacu Surat Edaran BI N14/34/DSAP, bank penerbit kartu kredit hanya boleh menerapkan maksimal bunga kartu pembayaran non tunai itu 2,95 persen per bulan atau 35,4 persen per tahun.

Klaim Asuransi adalah sebuah permintaan resmi kepada perusahaan asuransi, untuk meminta pembayaran berdasarkan ketentuan perjanjian. Klaim Asuransi yang diajukan akan ditinjau oleh perusahaan untuk validitasnya dan kemudian dibayarkan kepada pihak tertanggung setelah disetujui.

Kredit Kepemilikan Rumah atau KPR adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah. Otoritas menetapkan aturan bagi rumah dengan tipe lebih kecil dari 70m², maka uang muka KPR yang dikenakan di bawah 30 persen. Sementara untuk yang lebih besar dari 70 m², maka uang muka KPR yang dikenakan di atas 30 persen.

Keuangan Inklusif atau *financial inclusion* merupakan suatu keadaan di mana semua orang mempunyai akses jasa keuangan yang berkualitas dengan biaya terjangkau dan cara menyenangkan, tidak rumit, serta menjunjung harga diri dan kehormatan. Inklusi keuangan dimaksudkan mendukung pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan serta menjaga stabilitas keuangan. Kegiatan inklusi keuangan bertujuan meningkatkan akses masyarakat terhadap beberapa jenis layanan jasa keuangan yang dianggap

KEUANGAN

vital bagi kehidupan masyarakat, seperti kredit mikro, kiriman uang, simpanan mikro, asuransi mikro dan dana pensiun mikro. Di dimensi inklusi keuangan meliputi meliputi empat hal: akses (*access*), penggunaan (*usage*), kualitas (*quality*), dan dampak (*impact*).

L **Literasi Keuangan** atau *financial literacy* adalah suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan masyarakat, diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal. Masyarakat juga bisa memilih produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, mengetahui manfaat dan risikonya, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen keuangan.

Literasi Keuangan Baik atau *well literate* adalah masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuanganserta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Literasi Keuangan Cukup atau *sufficient literate* adalah masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

Literasi Keuangan Kurang atau *less literate* adalah masyarakat yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

Literasi Keuangan Tidak Ada atau *not literate* adalah masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuanganserta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

O **Otoritas Jasa Keuangan** adalah lembaga independen yang dibentuk menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2011 yang berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan yang mencakup perbankan, pasar modal, perasuransian, dana pensiun, lembaga pembiayaan dan jasa keuangan lainnya di wilayah Negara Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan, yang disingkat OJK, adalah lembaga yang bebas dari campur tangan pihak lain dan mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan di sektor jasa keuangan.

P **Perusahaan Pembiayaan** atau *multifinance* adalah institusi berbadan hukum dalam sektor industri jasa keuangan nonbank yang memberikan jasa berupa menalangi terlebih dahulu pembayaran ke dealer (motor, mobil, alat berat, dsbnya), selanjutnya konsumen akan menyicil hutangnya kepada perusahaan pembiayaan tersebut.

Pegadaian adalah adalah institusi berbadan hukum dalam sektor industri jasa keuangan nonbank yang usaha intinya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh seorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang mempunyai utang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada jatuh tempo.

Polis Asuransi adalah dokumen yang berisi kesepakatan antara pihak tertanggung dan penanggung (pihak asuransi) berkenaan dengan risiko yang hendak dipertanggungjawabkan. Polis adalah bukti perjanjian penutupan asuransi tersebut.

Premi Asuransi adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh seorang pemegang

polis asuransi kepada perusahaan asuransi sehubungan dengan adanya perjanjian pertanggungan yang dituangkan dalam polis asuransi tersebut.

R **Reksa dana** atau *mutual fund* adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam Portofolio Efek oleh Manajer Investasi. Sesuai Undang-Undang Pasar Modal, Reksa Dana dapat berbentuk Perseroan Tertutup atau Terbuka dan Kontrak Investasi Kolektif.

Rekening Ponsel adalah produk inovatif dari Bank CIMB Niaga yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan nomor ponsel. Melalui Rekening Ponsel, nasabah maupun masyarakat yang belum menjadi nasabah bank bisa melakukan transfer dana gratis ke seluruh nomor ponsel di Indonesia, membeli pulsa ponsel prabayar, pembayaran tagihan, bahkan menarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM.

S **Suku Bunga Bank Indonesia** atau *BI Rate* adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau stance kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada publik. *BI Rate* diumumkan oleh Dewan Gubernur Bank Indonesia setiap Rapat Dewan Gubernur bulanan dan diimplementasikan pada operasi moneter yang dilakukan Bank Indonesia melalui pengelolaan likuiditas (*liquidity management*) di pasar uang untuk mencapai sasaran operasional kebijakan moneter.

Suku Bunga Majemuk adalah bunga yang dikenakan atas bunga. Misalnya, kita meminjam uang lewat kartu kredit, bank mengenakan bunga sebesar jumlah utang tersebut. Hari berikutnya, kita dikenai bunga lagi atas saldo tertagih, yang totalnya adalah uang pinjaman bank ditambah 'biaya sewa' hari sebelumnya. Sehari setelah itu, kita akan dikenai bunga lagi atas saldo tertagih, yang totalnya mencakup uang pinjaman bank ditambah 'biaya sewa' dua hari sebelumnya. Hal yang sama terjadi lagi pada hari berikutnya, dan lagi, dan lagi, hingga seluruh utang lunas.

TAHUKAH ANDA ???

Lahirnya

SiKAPI

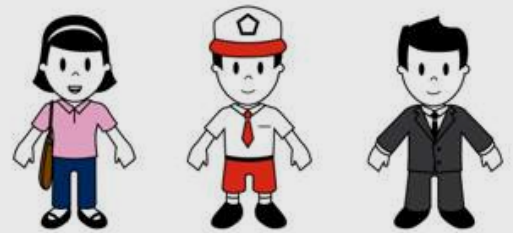


01

Sketsa awal maskot SiKAPI

Seiring berjalannya waktu, SiKAPI mengalami perkembangan. Proses perkembangannya adalah sebagai berikut:

03



Pengembangan maskot SiKAPI dalam berbagai macam profesi (alternatif 2)

04



Di awal bulan Agustus, akhirnya diputuskan bahwa maskot adalah sebagai berikut:

05



Selanjutnya maskot ini terus-menerus mengalami penyempurnaan dan penambahan karakter seperti SiKAPI dengan baju pramuka, baju adat, serta baju muslim.

07

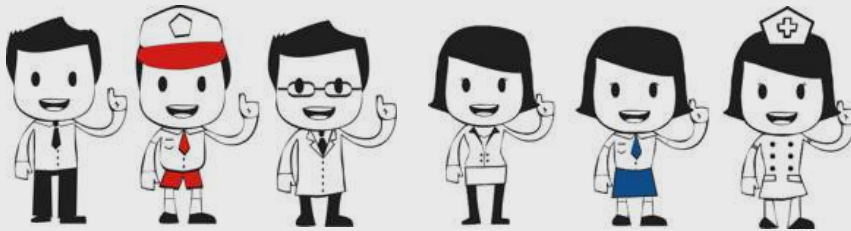


Tahukah Anda jika Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK memiliki maskot yang diberi nama SiKAPI. Tanggal 8 Juli 2013 bisa disebut sebagai hari kelahiran SiKAPI.

Maskot ini memiliki beragam rupa, antara lain, bisa sebagai ibu rumah tangga, pengusaha, karyawan swasta, dokter, perawat, pelajar, mahasiswa, maupun pensiunan, tergantung dari baju dan aksesoris yang ia kenakan.

SiKAPI memiliki karakter yang terbuka, cerdas, kritis, ingin tahu, namun adil dan berimbang. Ia juga menyukai keterbukaan, kejujuran, saling menghormati, serta mengedepankan dialog dan kesetaraan antara produsen dan konsumen. Adapun prinsip dasar yang dianut oleh SiKAPI adalah selalu menyikapi uang dengan bijak. Oleh karena itulah ia dinamakan "SiKAPI".

02



Sketsa awal maskot SiKAPI



Maskot SiKAPI yang sudah berwarna dalam berbagai macam profesi

06



Untuk menyambut Hari Literasi Keuangan Indonesia (HLKI) di tanggal 19 November, maskot SiKAPI mengalami sedikit modifikasi, yaitu:

08





1 Saya seorang nasabah yang pernah ditawarkan produk Repo. Saya ingin bertanya, apakah produk Repo adalah termasuk produk yang didaftarkan ke dalam OJK seperti produk reksa dana? Dan apakah produk Repo tersebut harus didaftarkan ke dalam ? Mohon bantuannya dan terima kasih atas perhatiannya.

Jawaban:

Terima kasih atas pertanyaan yang telah disampaikan. Terkait dengan hal tersebut, berikut beberapa hal yang dapat kami sampaikan :

- 1) OJK tidak pernah memberikan persetujuan atas produk Repo.
- 2) Lembaga Jasa Keuangan (contohnya seperti Perusahaan Efek, Emiten, Manajer Investasi), sebagaimana perusahaan lainnya, sebagai lembaga keuangan yang diawasi oleh OJK, dapat menawarkan produk Repo. Namun untuk produk Repo itu sendiri, tidak memerlukan pendaftaran atau mendapatkan persetujuan dari OJK.
- 3) Transaksi atas produk/tawaran tersebut tidak tunduk pada ketentuan Peraturan di Pasar Modal namun tunduk pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Dagang
- 4) Terhadap tawaran investasi tersebut, menurut hemat kami ada baiknya Saudara meminta saran dari pihak yang lebih memahami aspek hukum dan risiko yang mungkin terjadi jika Saudara membeli produk/tawaran dimaksud. Demikian disampaikan, semoga informasi kami bermanfaat.

2 Saya adalah karyawan kecil dengan penghasilan minim, apakah saya bisa untuk melakukan investasi di pasar modal? Bagaimana caranya untuk investasi di pasar modal dengan baik dan benar. Mohon sudi untuk beri petunjuk kepada saya, karena saya ingin sekali mempunyai masa depan yang sukses. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih dan saya tunggu balasan dari Bapak / Ibu.

Jawaban:

Terima kasih atas pertanyaan yang disampaikan dan waktu yang telah disediakan. Dalam melakukan investasi, terutama di pasar

modal, sebaiknya Saudara memahami dengan baik konsep investasi yang disesuaikan dengan kebutuhan. Adapun yang dimaksud konsep investasi seperti aspek risiko, jangka waktu investasi, penghitungan return (pendapatan), serta produk dan lembaga jasa keuangan yang akan Saudara pilih. Produk investasi yang diawasi oleh OJK adalah produk investasi yang ditawarkan oleh Lembaga Jasa Keuangan (LJK) yang terdaftar, seperti Perusahaan Efek dan Manajer Investasi.

Khusus untuk investor pemula, yang memiliki waktu minim serta pemahaman yang belum banyak mengenai dunia investasi pasar modal, Saudara dapat mempertimbangkan untuk membeli produk investasi ritel seperti Reksa Dana. Selain dana yang diperlukan relatif kecil, investasi akan dikelola secara profesional oleh Manajer Investasi. Cara membelinya pun relatif mudah, melalui Bank-bank umum yang telah terdaftar sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD). Silakan menghubungi Manajer Investasi atau Bank-bank untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Demikian disampaikan, semoga bermanfaat.

3 Sehubungan dengan fungsi OJK sebagai lembaga pengawas industri keuangan, apakah koperasi dan BMT turut diawasi ojk?

Jawaban:

Terima kasih atas pertanyaan yang telah disampaikan. Sehubungan dengan hal tersebut, dapat kami sampaikan beberapa informasi sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan Pasal 42 UU No 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM), UU LKM mulai berlaku setelah 2 (dua) tahun dihitung sejak tanggal diundangkan. Dalam hal ini kewenangan OJK sebagai otoritas lembaga keuangan mikro berlaku efektif sejak tanggal 8 Januari 2015.
- 2) Sesuai dengan UU tersebut, maka kewenangan OJK sebagai pengawas lembaga keuangan mikro (termasuk Koperasi, BMT) berlaku efektif sejak tanggal 8 Januari 2015.

Demikian disampaikan, terima kasih atas kerjasamanya.

Rubrik ini disediakan untuk pembaca yang ingin bertanya seputar aktivitas Otoritas Jasa Keuangan (OJK), khususnya yang berhubungan dengan edukasi dan perlindungan konsumen di industri jasa keuangan. Pertanyaan dapat dilayangkan kepada redaksi majalah Edukasi Konsumen, Menara Radius Prawiro Lantai 2, Komplek Perkantoran Bank Indonesia, Jl. MH Thamrin No. 2, Jakarta 10350, email: konsumen@ojk.go.id.

PERSPEKTIF

**Luhur Budijarso**

Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Sahabat Anak Indonesia (APSAD)

OJK Perkuat Upaya Inklusi dan Perluasan Akses Keuangan melalui Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menilai upaya literasi keuangan diperlukan untuk mengejar ketertinggalan Indonesia dalam akses ke produk dan layanan keuangan sebagaimana tergambar dalam survei Bank Dunia, 2011 lalu. Dalam survei tersebut tergambar bahwa hanya 20% orang dewasa di Indonesia yang memiliki rekening di lembaga keuangan resmi. Angka ini berada di bawah Filipina, Malaysia, Thailand dan Singapura yang mencapai berturut-turut 27%, 66%, 73% dan 98%

“Industri keuangan Indonesia memiliki peran yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui intermediasi, dimana hingga 31 Desember 2012 tercatat sebesar Rp 7.159,4 Triliun,” ucap Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Hadad.

Muliaman menambahkan, bahwa di masa depan peran ini masih perlu ditingkatkan. Geografi wilayah Indonesia yang terdiri dari pulau-pulau menyebabkan akses ke lembaga keuangan dan akses informasi serta fungsi intermediasi menjadi kurang optimal.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong upaya-upaya perluasan akses

keuangan dan inklusi keuangan melalui strategi nasional literasi keuangan. Di dalam strategi ini dicanangkan tiga pilar utama untuk memastikan pemahaman masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan. Pilar 1 mengedepankan program edukasi dan kampanye nasional literasi keuangan, sedangkan pilar 2 berbentuk penguatan infrastruktur literasi keuangan, dan pilar 3 berbicara tentang pengembangan produk dan layanan jasa keuangan yang terjangkau.

Penerapan ketiga pilar tersebut dimaksudkan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (well-literate) sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.

Strategi nasional literasi keuangan Indonesia ini akan diluncurkan dalam acara yang akan digelar tanggal 19 November 2013 mendatang. Dalam acara tersebut OJK sekaligus akan memperkenalkan Mobil Literasi Keuangan (Si Molek), maskot dan jargon literasi keuangan (SiKAPI Uang dengan Bijak), serta mini website dan Financial Customer Care (FCC) di nomor (kode area) 500-655(ojk).



Road Show Sosialisasi dan Edukasi OJK

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga negara yang baru saja terbentuk berdasarkan UU nomor 21 tahun 2011. Dari segi usia, lembaga ini masih relatif belia karena berumur kurang dari satu tahun. Tapi dari sisi fungsi dan tanggung jawab yang diemban, lembaga ini memiliki beban yang berat karena harus juga memberikan perlindungan terhadap masyarakat atau konsumen dari sektor jasa keuangan.



Dari sekian banyak tugas yang diemban lembaga ini, Bidang Edukasi dan Perlindungan

Konsumen (EPK), adalah salah satu yang bertanggung jawab memfasilitasi serta melakukan sosialisasi dan edukasi bagi masyarakat luas. Tujuannya tidak lain, agar salah satu misi OJK sebagai pelindung kepentingan konsumen dan masyarakat terpenuhi.

Dengan beragam dan luasnya tanggung jawab lembaga ini, tentunya diperlukan energi dan dana yang besar, agar tugas yang berat ini dapat tercapai dengan sempurna. Salah satu langkah yang telah dilakukan adalah sosialisasi dan edukasi kepada Masyarakat luas.

Selama semester kedua tahun 2013 ini, OJK telah melakukan edukasi dan sosialisasi di 33 kota di dalam maupun di luar negeri. Bila pada semester pertama, kelompok masyarakat yang disasar adalah masyarakat perkotaan dan ibu rumah tangga. Pada semester kedua ini, kelompok masyarakat yang disasar semakin beragam. Mulai dari masyarakat pedesaan hingga para Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang berada di luar negeri.

Sarana penyampaian sosialisasi dan edukasi juga semakin beragam. Kalau semester pertama sarana yang digunakan adalah pusat perbelanjaan dan kampus, stasiun radio dan televisi. Maka, pada semester kedua ini sarana yang digunakan lebih luas lagi. Misalnya lewat pertunjukan wayang semalam suntuk hingga hiburan dalam bentuk bioskop keliling.

Efektifitas sosialisasi dan edukasi yang dilakukan tim EPK ini memang tepat sasaran. Lewat komunikasi langsung dengan masyarakat luas via pertunjukan wayang misalnya, membuat masyarakat awam dapat dengan mudah memahami maksud tim EPK memberikan edukasi dan sosialisasi. Begitu juga lewat bioskop keliling. Masyarakat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan lewat sebuah cerita yang ringan dan menghibur.

Dari sekian banyak kelompok masyarakat yang disasar oleh tim

sosialisasi dan edukasi EPK, kelompok masyarakat Tenaga Kerja Indonesia (TKI) menjadi kelompok masyarakat yang rentan terhadap ketidaktahuan mereka akan produk keuangan dan jasa keuangan. Itulah sebabnya, tim EPK melakukan sosialisasi dan edukasi buat TKI ini mulai dari TKI yang masih berada di Indonesia, seperti di Surabaya, Semarang, dan Bandung, sampai TKI yang berada di manca Negara, seperti Kuala Lumpur - Malaysia, Hongkong, Seoul - Korea Selatan, dan Jeddah - Arab Saudi.

Sementara itu, untuk edukasi dan sosialisasi keuangan, Tim EPK melakukan, antara lain, di Jakarta, Yogyakarta, Denpasar, Banjarmasin, Pontianak, Ambon, Kupang dan Jayapura. Sedangkan untuk bioskop keliling dilaksanakan di Bekasi, Subang, Cilegon, Bogor, Sampang, Jember, Pasuruan dan Banyuwangi. Adapun edukasi dan sosialisasi via pertunjukan wayang dilakukan di Wonogiri, Probolinggo, Purwokerto dan Mojokerto.

Selain itu, Tim EPK juga memberikan sosialisasi kepada awak media yang diselenggarakan dalam bentuk *Journalist Class* yang berlangsung di kota di Medan, Malang, Denpasar, dan Semarang. Sementara untuk seminar Internasional akan diselenggarakan di Nusa dua Bali pada akhir Nopember ini.

Gandeng Perguruan Tinggi

Road show yang dilakukan oleh OJK ini, langsung dipimpin oleh Muliaman D. Hadad, Ketua Dewan Komisiner OJK. Turun langsung ke masyarakat yang dilakukan pimpinan tertinggi di OJK ini, menunjukkan betapa penting dan gentingnya melakukan sosialisasi dan edukasi buat seluruh masyarakat agar mereka paham akan hak dan kewajibannya sebagai konsumen atau nasabah.

Dalam semester pertama tahun 2013 ini, sudah lebih dari tujuh kota besar yang disambangi oleh tim EPK. Sementara pada semester kedua tahun ini, sudah 33 kota disambangi. Dalam melaksanakan tugas untuk memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat luas, Tim

KABAR OTORITAS

EPK bekerja sama dengan masyarakat pasar modal Indonesia yang berada di daerah tersebut.

Selain itu, tim *road show* juga menggandeng Bank Indonesia (BI), perguruan tinggi serta aparat pemda setempat hingga tokoh masyarakat via pondok pesantren. Seperti diketahui, belum lama ini OJK merencanakan untuk menggandeng perguruan tinggi dari Aceh hingga Papua untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia.

“Untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, OJK akan bekerja sama dengan perguruan tinggi dari Aceh sampai ke Papua, terutama setelah OJK mempunyai kantor di daerah-daerah,” ujar Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D Hadad usai penandatanganan nota kesepahaman dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tentang Peningkatan Pengetahuan (literasi) Keuangan dan Perlindungan Konsumen Pada Sektor Jasa Keuangan di Jakarta, belum lama ini.

Pada tahap awal baru delapan perguruan tinggi yang menjadi mitra, yakni Universitas Indonesia, Trisakti, STIE Bisnis Indonesia, Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Universitas Gadjah Mada, Institut Pertanian Bogor, Universitas Wahid Hasyim Semarang, dan Universitas Muhammadiyah Malang.

Menurut Muliaman D Hadad, saat ini persiapan infrastruktur di daerah sedang masa transisi dengan pihak Bank Indonesia. Infrastruktur di daerah merupakan agenda utama OJK menjelang pengalihan pengawasan perbankan ke tangan OJK. Muliaman juga mengatakan bahwa sebelum Desember nanti, proses persiapan akan selesai. Saat ini, keseluruhan pihak sedang bekerja untuk pembukaan kantor OJK.

Sementara itu, Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Musliar Kasim mengatakan bahwa kerja sama OJK dengan perguruan tinggi akan memberikan manfaat yang lebih luas ke masyarakat. “Semakin maju lembaga keuangan akan mendorong kemajuan



Deputi Komisiner Audit Internal Manajemen Risiko dan Pengendalian Kualitas OJK
Anis Baridwan

negara,” kata dia.

Musliar mengemukakan bahwa menurut data Bank Dunia di tahun 2011 disebutkan kurang dari 15 persen masyarakat yang menyimpan uang di bank. Selain itu, baru 9 persen yang meminjam uang dari lembaga keuangan. “Artinya, masih sedikit yang memanfaatkan jasa keuangan. Ini terjadi karena ketidaktahuan masyarakat terhadap lembaga keuangan,” katanya.

Program Literasi Keuangan

Di pihak lain, Deputi Komisiner Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Sri Rahayu Widodo mengungkapkan, OJK akan membuat sistem layanan konsumen yang terintegrasi dengan tugas melayani masyarakat dan konsumen, serta memberi informasi tentang lembaga jasa keuangan termasuk jenis produk dan layanannya.

“Dalam sistem itu masyarakat dan konsumen juga bisa berperan aktif dengan memberikan masukan, laporan, dan informasi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui telepon, email, *website*, dan hotline 500655,” ujar Sri Rahayu.

Menurut dia, di sela sosialisasi Peraturan OJK tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, OJK juga mempunyai program strategis



Deputi Strategis I OJK,
Lucky F Hadibrata



Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan
Musliar Kasim

berupa literasi jasa keuangan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang lembaga jasa keuangan. Program itu strategis karena pemahaman masyarakat tentang lembaga jasa keuangan masih rendah.

“Berdasarkan survei Bank Dunia terhadap populasi yang terbatas, tingkat pemahaman masyarakat di Indonesia terhadap lembaga jasa keuangan baru sekitar 20 persen. Hal itu memprihatinkan karena negara tetangga kita sudah jauh lebih baik,” katanya.

Ia mengatakan, kesadaran dan pemahaman masyarakat negara tetangga tentang lembaga jasa keuangan dan



Deputi Komisioner Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK
Sri Rahayu Widodo



Direktur Pengembangan Kebijakan Perlindungan Konsumen OJK
Anto Prabowo



Wakil Ketua Komisi XI DPR RI
Harry Azhar Azis

investasi sudah tergolong baik. Tingkat pemahaman mereka terhadap lembaga jasa keuangan mencapai 50 persen hingga 90 persen, seperti Malaysia dan Singapura.

“Survei Bank Dunia memang dilakukan dengan melibatkan populasi atau responden yang masih terbatas tetapi hasil itu bisa menjadi rujukan awal tentang pentingnya langkah mendorong pemahaman masyarakat tentang lembaga jasa keuangan,” katanya.

Menurut dia, OJK juga melakukan survei sejenis dengan lingkup yang lebih luas dan besar dengan responden mencapai 8.000 orang. OJK memilih responden

yang mewakili semua lapisan dan elemen mulai dari ibu rumah tangga, buruh, pelajar, mahasiswa hingga pegawai.

“OJK juga akan meningkatkan sosialisasi dan edukasi ke masyarakat. Program itu akan dilaksanakan dengan menggandeng para pelaku usaha atau lembaga jasa keuangan dan instansi terkait,” katanya.

Lebih jauh dijelaskan, selama ini pemahaman masyarakat masih beragam dan kesenjangan masih tinggi. Banyak yang belum paham dengan baik tentang pasar modal atau investasi.

“Buktinya, banyak orang yang masih tergiur investasi dengan iming-iming laba besar sekalipun tidak rasional dan tidak wajar, sehingga banyak di antara mereka yang menjadi korban investasi bodong,” katanya.

Seperti diketahui, OJK telah menerima 177 laporan terkait sengketa industri keuangan. “Dari 177 laporan itu, 145 di antaranya berbentuk pengaduan, sisanya informasi dan mempertanyakan legalitas industri keuangan,” kata Deputi Strategis I OJK, Lucky F Hadibrata, usai Sosialisasi OJK di Tanjung Balai Karimun, Kabupaten Karimun, Kepulauan Riau, beberapa waktu lalu.

Lucky mengatakan, pengaduan sengketa industri keuangan berbagai macam, mulai dari jasa perbankan, pasar modal atau asuransi. “Masyarakat

juga banyak menanyakan legal atau tidaknya sebuah perusahaan investasi, khususnya masalah ini kita menerima 34 pengaduan,” jelasnya.

Namun, lanjut Lucky, dari beberapa lembaga keuangan yang diadukan itu, yang terbanyak adalah jasa asuransi.

Pada kesempatan sama, Wakil Ketua Komisi XI DPR RI Harry Azhar Azis mengatakan, OJK dibentuk sebagai lembaga pengawasan, perlindungan konsumen dan pemberian edukasi bagi masyarakat.

“Dari hasil penelitian, ternyata baru 33 persen dari penduduk Indonesia yang punya akses terhadap industri keuangan. Dengan peran edukasi pada OJK, kita berharap masyarakat makin paham sehingga tidak mudah tertipu dengan investasi atau perusahaan bodong,” katanya.

Pertahan Tiga Lapis

Sementara itu, untuk pmbenahan internal OJK sendiri akan menggunakan pendekatan Three Lines of Defense atau pertahanan tiga lapis untuk implementasikan Integrated Assurance yang telah ditetapkan Peraturan Dewan Komisioner (PDK) OJK tentang standar audit internal, standar manajemen risiko, dan standar pengendalian kualitas.

Deputi Komisioner Audit Internal Manajemen Risiko dan Pengendalian Kualitas OJK, Anis Baridwan, mengatakan konsepsi Three Lines of Defense membedakan fungsi-fungsi dalam organisasi, yaitu fungsi pemilik risiko (risk owner), fungsi yang menangani risiko (*managing risk*), dan fungsi yang mengawasi risiko (*overseeing risks*).

Anis menjelaskan, pertahanan lapis pertama dilaksanakan oleh unit organisasi yang melakukan aktivitas operasi sehari-hari, terutama fungsi pelayanan dan *front office*. OJK telah dibentuk satuan kerja berjumlah 39 deputi di bawah Dewan Komisioner yang membawahkan 39 direktorat dan unit di bawahnya. Seluruh satuan kerja OJK akan menjalankan fungsi pengelolaan risiko dan pemastian kualitas keluaran yang dihasilkan. /Tim EPK



01

ADK Bidang EPK dengan para pemenang lomba poster kolase OJK



02

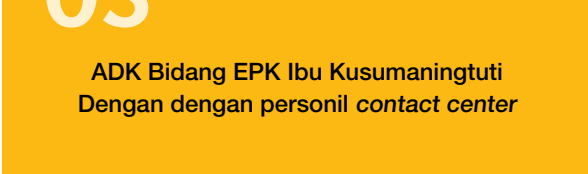
ADK Bidang EPK Ibu Kusumaningtuti dalam Forum Bisnis Metro tv



WASPADA INVESTASI BODONG
KORUT ANCAM AS DENGAN SERANK EIBI

03

ADK Bidang EPK Ibu Kusumaningtuti Dengan dengan personil contact center



04

Anggota DK OJK foto bersama dalam pakaian Batik



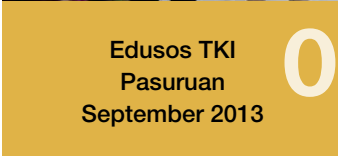
05

ADK Bidang EPK Ibu Kusumaningtuti di Universitas Ambon Oktober 2013



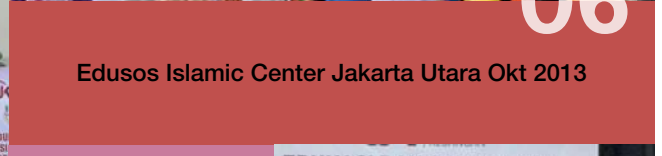
06

Edusos Islamic Center Jakarta Utara Okt 2013



07

Edusos TKI Pasuruan September 2013



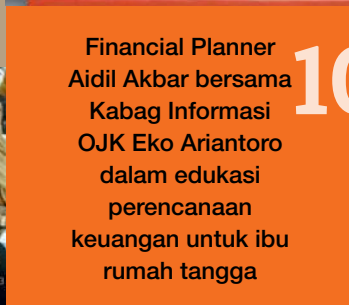
08

Edusos XT Mall Yogyakarta 11 Sept 2013



09

Ibu rumah tangga di XT Mall Jogjakarta mengajukan pertanyaan tentang layanan pengaduan di OJK



10

Financial Planner Aidil Akbar bersama Kabag Informasi OJK Eko Ariantoro dalam edukasi perencanaan keuangan untuk ibu rumah tangga





11

Ketua OJK dan Ibu Andy Timo Pangerang edusos di Makassar



12

Ketua OJK dan Ibu Linda Gumelar dalam MOU OJK dan Kementrian PPPA



13

Ibu Sri Rahayu Widodo edusos di Universitas Riau Agustus 2013



14

Suasana edusos calon TKI Pasuruan September 2013



15

Koordinasi Ketua OJK dan Kapolri



16

Pertemuan koordinasi Ketua OJK dan Gubernur BI



17

Mobil literasi Keuangan OJK (SiMOLEK) yang akan diluncurkan 19 November 2013



18

Pertemuan koordinasi Ketua OJK dengan Menkeu dan Dirjen Pajak



19

Suasana antrian memasuki ruang edusos di XT Mall Jogyakarta September 2013



20

Suasana edusos calon TKI Pasuruan September 2013

Peluncuran CETAK BIRU

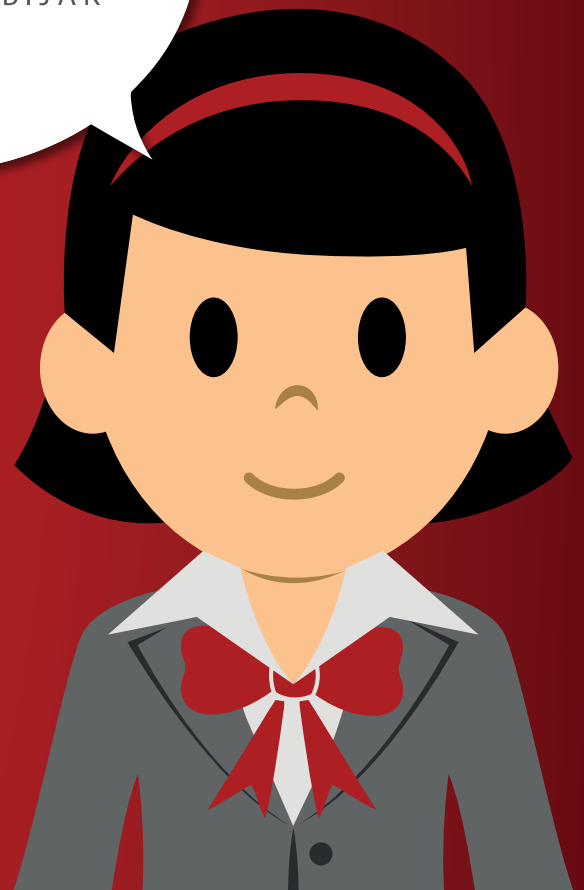
STRATEGI NASIONAL LITERASI KEUANGAN

INDONESIA

19 November 2013
ASSEMBLY HALL - JAKARTA CONVENTION CENTER

SiKAPI

UANG DENGAN BIJAK



OTORITAS
JASA
KEUANGAN

Layanan Konsumen OJK : (KODE AREA) 500 655

www.ojk.go.id