

IKHTIAR TINGKATKAN LITERASI KEUANGAN

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan akan memberikan dampak kesejahteraan bagi kita. Oleh karena itulah berbagai rangkain kegiatan untuk mensosialisasikan layanan keuangan terus dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tak kalah penting edukasi tersebut ditujukan kepada kelompok masyarakat yang sejauh ini jarang bersentuhan dengan lembaga jasa keuangan (LJK), seperti kelompok petani, nelayan, pedagang atau lainnya. Tingkat literasi kelompok masyarakat tersebut tidak begitu bagus. Pemanfaatan jasa keuangan oleh kelompok-kelompok masyarakat tersebut juga tidak banyak.

Sejauh ini memang sudah ada produk-produk yang disediakan untuk kelompok-kelompok masyarakat tersebut. Namun sayangnya tidak banyak yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Padahal sebenarnya mereka butuh produk perbankan, perasuransian dan lain-lain. Oleh karena itu perlu produk yang benar-benar cocok.

Pada 18 Desember 2014 lalu, OJK bersama lembaga jasa keuangan (LJK) yang didukung pemerintah (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman) meluncurkan sebuah program yakni Layanan Keuangan Mikro di

Desa Nelayan Karangsong, Indramayu. Desa ini menjadi saksi inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat kecil kepada produk-produk keuangan.

Layanan Keuangan Mikro adalah layanan terpadu yang memiliki proses sederhana dan cepat, akses yang mudah, dan harga terjangkau. Dengan layanan ini, masyarakat dapat mengakses produk simpanan, proteksi, investasi dan pinjaman. Dengan demikian, harapannya layanan tersebut dapat diakses oleh setiap golongan masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat golongan menengah ke bawah.

Dalam edisi kali ini, kami menyajikan bahasan utama mengenai layanan terpadu ini. Kiranya dapat memperkaya pengetahuan kita bersama dan manfaat dari program ini.

Selamat membaca.



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

DEWAN PELINDUNG : Dr. Muliaman D. Hadad (Ketua Dewan Komisiner OJK) **DEWAN PENASEHAT** : Dr. Kusumaningtuti S. Soetiono, S.H. LLM (Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen), Sri Rahayu Widodo (Deputi Komisiner EPK) **PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI** : Agus Sugiarto (Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan) **REDAKTUR AHLI** : Lasmada S Gultom (Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan), Eko Ariantoro (Direktur Pengembangan Inklusi Keuangan), Anto Prabowo (Kepala Departemen Perlindungan Konsumen), Sondang Martha S (Direktur Pelayanan Konsumen), Ria Prastiani (Direktur Pengembangan Kebijakan Perlindungan Konsumen), Heni Nugraheni (Direktur Pembelaan Hukum Perlindungan Konsumen), Prabowo (Direktur Market Conduct) **REDAKTUR** : Muhamad Budiman (Kepala Bagian Edukasi 2) **REDAKSI** : Anggota Tim Direktorat Literasi dan Edukasi **ALAMAT REDAKSI** : Bidang Edukasi & Perlindungan Konsumen OJK Menara Radius Prawiro Lantai 2, Komplek Perkantoran Bank Indonesia, Jl. MH Thamrin No. 2, Jakarta Pusat 10350 **TELEPON** : (021) 29600000 **FAKSIMILI** : (021) 3866032 **WEBSITE** : www.ojk.go.id

DAFTAR ISI

1	Salam Redaksi	1
	Ikhtiar Tingkatkan Literasi Keuangan	
2	Sorot Utama	4
	Layanan Keuangan Mikro Tingkatkan Akses Keuangan Masyarakat	
	OJK Ciptakan Financial Habit Agar Pelajar Melek Keuangan	
3	Inspirasi	10
	Saya "Dibeli" 24 Jam, Seminggu 7 Hari Agar OJK Berkinerja Tinggi	
4	Fokus Perbankan	12
	Laku Pandai: Terobosan Layanan Jasa Keuangan	
5	Fokus Pasar Modal	16
	Memulai Investasi Dari Reksa Dana	
6	Fokus IKNB	18
	Teknologi Informasi : Jalur Online Perluas Jangkauan Asuransi	
	Asuransi Mikro: Murah Preminya, Besar Manfaatnya	
7	Dialog	20
	Klaim AirAsia QZ8501 : Memanfaatkan Momentum Untuk Tingkatkan Kesadaran Berasuransi	



7	Tinjauan Regulasi	24
	UU Perasuransian: Penyempurnaan Pengaturan Untuk Perasuransian	



8	Fokus Global	28
	Kolaborasi OJK Dengan JFSA Dalam Pengawasan LJK	



9	Telaah Produk	30
	Memilih Produk Tabungan Anak	

10	Waspada Investasi	32
	Jangan Takut Berinvestasi!	

11	Konsumen Cerdas	36
	Bijak Memilih Investasi Awal	

12	Muda	38
	Masa Muda Menyiapkan Masa Pensiun	

13	Bisnis Pemula	42
	Travelmie: Usaha Unik Para Traveller	

14	Komunitas	44
	Menyiapkan Tenaga-Tenaga Perasuransian	



15	Kabar Otoritas	56
	OJK Luncurkan <i>Tagline</i> SIGAP	

Dua Tahun FCC Telah Berikan Manfaat Bagi Masyarakat

OJK Wajibkan Seluruh Sektor Jasa Keuangan Miliki LAPS Tahun Ini

OJK Luncurkan Buku Literasi Keuangan Bagi Siswa SMP



Layanan Keuangan Mikro

LAYANAN KEUANGAN MIKRO TINGKATKAN AKSES KEUANGAN MASYARAKAT

Layanan Keuangan Mikro adalah layanan terpadu yang memiliki proses sederhana dan cepat, akses yang mudah, dan harga terjangkau. Dengan layanan ini, masyarakat dapat mengakses produk simpanan, proteksi, investasi dan pinjaman.

Hasil survei nasional literasi keuangan Indonesia yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2013 menunjukkan hanya 21,84% dari responden yang sudah terkategori *well literate*. Sementara 59,74% dari responden telah menggunakan produk dan jasa keuangan.

Bahkan hasil survei tersebut menyimpulkan bahwa semakin rendah strata sosial masyarakat maka semakin rendah pula tingkat literasinya. Masyarakat dengan strata sosial terbawah memiliki Indeks Literasi Keuangan yang paling rendah, yaitu sebesar

28,4% sementara kelompok masyarakat teratas memiliki indeks literasi sebesar 51,6%.

Rusmadi, salah satu nelayan di desa Karangsong, Indramayu, Jawa Barat adalah salah satu bukti bahwa tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat menengah bawah masih sangat rendah. Sosok Rusmadi adalah satu diantara sekian banyak nelayan di Indonesia yang belum tersentuh oleh lembaga keuangan. Masih banyak Rusmadi lainnya di Indonesia. Ia mengaku bahwa dirinya tak pernah menggunakan produk dan jasa keuangan.

"Kita *nggak* pernah ikut tabung-tabung *gitu* ya seperti di bank. Lagipula kalau ada lebih paling dititip sama juragan (pemilik kapal --Red). Kalau asuransi sih katanya dapat dari KUD, cuma *nggak* tahu juga berapa bayarnya. Pokoknya kita simpan sudah ada asuransinya katanya," jawab pria berusia 30 tahun itu saat ditemui beberapa waktu yang lalu di Tempat Pelelangan Ikan, Indramayu, Jawa Barat. Pernyataan tersebut sungguh miris.

Oleh karena itu, OJK sangat intensif menstimulus masyarakat untuk mengenal dan mengerti produk-produk jasa keuangan dan lembaga jasa keuangan. Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Hadad mengatakan kebutuhan untuk mendorong masyarakat lebih dekat dengan produk dan layanan keuangan sangatlah besar terutama bagi masyarakat menengah bawah. Menurutnya, tingkat kesejahteraan masyarakat sangat berkaitan erat dengan produk jasa keuangan.

"Tingkat kesejahteraan masyarakat sangatlah erat dengan seberapa dekat mereka dengan produk/jasa keuangan," kata Ketua Dewan Komisiner OJK.

Oleh karena itu, Muliaman berharap lembaga jasa keuangan melalui produk dan layanannya harus menjadi "sahabat" masyarakat. "Dengan menjadi sahabat masyarakat, industri jasa keuangan harus dekat dengan masyarakat dan dapat menyediakan produk/layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat," ucapnya.

Jadi dengan menjadi "sahabat" maka pada saat masyarakat memiliki dana lebih, produk tabungan dan investasi tersedia untuk mereka. Pada saat mereka membutuhkan dana untuk usahanya, produk kredit/pembiayaan tersedia untuk mereka. Pada saat mereka ditimpa musibah, produk asuransi telah tersedia untuk men-*cover* mereka sehingga

musibah tersebut tidak memiskinkan mereka.

Ketua Dewan Komisiner OJK menuturkan ada dua hal utama yang perlu didorong yaitu perluasan akses keuangan masyarakat dan peningkatan literasi keuangan. Itu yang akan menjadikan industri jasa keuangan menjadi "sahabat" masyarakat.

"Dalam mewujudkan itu semua, kerjasama yang erat antara otoritas jasa keuangan, pemerintah dan industri jasa keuangan sangatlah dibutuhkan," tandas Muliaman.

Berangkat dari dua hal itu, pada 18 Desember 2014 lalu OJK bersama lembaga jasa keuangan (LJK) yang didukung pemerintah (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman) meluncurkan sebuah program yakni Layanan Keuangan Mikro di Desa Nelayan Karangsong, Indramayu.

Layanan Keuangan Mikro adalah layanan terpadu yang memiliki proses sederhana dan cepat, akses yang mudah, dan harga terjangkau. Dengan layanan ini, masyarakat dapat mengakses produk simpanan, proteksi, investasi dan pinjaman. Dengan demikian, harapannya layanan tersebut dapat diakses

oleh setiap golongan masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat golongan menengah ke bawah.

Kegiatan peluncuran Layanan Keuangan Mikro ini merupakan rangkaian dari kegiatan Pasar Keuangan Rakyat yang digelar di Jakarta International Expo (JIExpo), Kemayoran, Jakarta pada tanggal 20-21 Desember 2014.

LAYANAN KEUANGAN MIKRO AKAN SEJAHTERAKAN MASYARAKAT

Seperti yang Ketua Dewan Komisiner OJK katakan sebelumnya, bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat sangat berkaitan dengan kedekatan mereka dengan produk dan jasa keuangan. Oleh karena itu, OJK bersama lembaga jasa keuangan (LJK) berusaha mendekatkan masyarakat melalui Layanan Keuangan Mikro. Program ini menyediakan produk dan layanan keuangan yang bersifat mikro dan sesuai kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau.



Adapun produk-produk yang dikemas dalam layanan keuangan mikro adalah TabunganKu, yaitu layanan simpanan di bank tanpa biaya administrasi dan setoran awal yang rendah. Ada pula asuransi mikro dengan premi di bawah Rp 50.000. Produk pasar modal yang tersedia adalah reksa dana mikro dengan nilai investasi awal Rp 100.000. Tak hanya itu, ada pula pembiayaan investasi logam mulia dengan cicilan ringan dan kredit mikro dengan plafon terbatas.

Sementara itu beberapa LJK yang berkesempatan memberikan produk mikronya pada acara itu adalah PT Asuransi Central Asia yang memberikan produk paket asuransi mikro kecelakaan diri kepada wakil pengusaha kecil warga Indramayu serta Bank Jabar Banten (BJB) yang menyerahkan paket kredit mikro kepada nelayan desa Karangsong.

Kemudian untuk mendekatkan masyarakat dengan pelayanan LJK, di lokasi acara tersebut dibuat miniatur Pasar Keuangan Rakyat, yang terdiri dari warung-warung sederhana tempat LJK menawarkan layanan keuangan mikronya.

Ada 10 warung yang diisi sejumlah LJK. BCA menawarkan pelayanan pengiriman uang (remitansi). BJB menawarkan Kredit Mikro Kredit Cinta Rakyat. Bank Mandiri menawarkan Layanan Mandiri Sejahtera.

Bank Muamalat menawarkan pembiayaan Mikro Syariah dan Tabungan Haji. BNI menawarkan Layanan Keuangan Mikro Tabungan dan Asuransi. BRI menawarkan Agen Layanan Keuangan Tanpa Kantor. Pegadaian menawarkan cuci emas gratis dan cicilan emas. Asosiasi asuransi menawarkan asuransi mikro. Asosiasi di pasar modal memperkenalkan reksa dana mikro dan asosiasi pembiayaan memamerkan program pembiayaan *hand tractor* dan kendaraan roda tiga.

Menteri Koordinator Kemaritiman Indroyono Soesilo mengapresiasi upaya OJK dan LJK dalam memperkenalkan produk dan jasa keuangan melalui Layanan Keuangan Mikro kepada para nelayan. Menurutnya, desa Karangsong sangat tepat sebagai tempat peluncuran Layanan Keuangan Mikro.

"Kami bersyukur di desa ini diluncurkan layanan keuangan mikro. Saya mendapat tugas dari presiden untuk hadir di sini di desa nelayan paling maju dengan produksi hasil tangkap sebesar 50-70 ton ikan. Pelelangannya sudah mencapai Rp 1 miliar per hari. Tempat ini sangat tepat untuk peluncuran Layanan Keuangan Mikro dan diharapkan akan terus merembet ke tempat-tempat yang lain," kata Indroyono dalam sambutannya pada peluncuran acara tersebut.

Dia mengatakan kehadiran Layanan

Keuangan Mikro memang dibutuhkan nelayan dalam aktivitasnya sehari-hari dan juga untuk mengembangkan infrastrukturnya. "Karena sekarang kita akan membangun kemaritiman Indonesia. Berbagai infrastruktur, *bikin kapal* dan melaut juga dibutuhkan permodalan dan ini merupakan solusi bagi masyarakat nelayan dengan hadirnya layanan keuangan mikro," papar Menteri Koordinator Kemaritiman.

Sementara menurut Ketua Dewan Komisiner OJK, selain mendorong industri keuangan untuk memiliki layanan mikro untuk rakyat kecil, Layanan Keuangan Mikro ini merupakan komitmen OJK bersama LJK dalam mendukung program pemerintah.

"Ini bentuk konkret dari komitmen OJK dan industri jasa keuangan untuk mendukung program nasional, khususnya untuk sektor maritim, pertanian, serta pemberdayaan masyarakat kecil dan UMKM melalui peningkatan literasi dan inklusi keuangan," katanya.

Ke depan, Muliawan menuturkan pihaknya bersama LJK telah berkomitmen untuk menyebarluaskan akses keuangan hingga pelosok desa. Setelah Indramayu, pihaknya akan menasar wilayah pantai Selatan Jawa dan luar Jawa untuk mensosialisasikan Layanan Keuangan Mikro.

"Secara bertahap. Ini *launching* pertama di desa Karangsong. Nanti akan kita buat



“
Layanan
Keuangan
Mikro juga
bertujuan untuk
peningkatan
literasi keuangan
masyarakat.
”



di berbagai macam daerah. Sehingga penetrasi bisa kita *double*-kan 2-3 kali jumlah masyarakatnya termasuk juga mobilisasi dana dan pembiayaan,” kata Ketua Dewan Komisiner OJK.

Layanan Keuangan Mikro Bagian dari Peningkatan Literasi Keuangan

Muliawan menjelaskan terbukanya akses keuangan baru seperti melalui Layanan Keuangan Mikro merupakan dua sisi mata uang yang tak terpisahkan dengan peningkatan literasi keuangan masyarakat. Oleh sebab itu, kita harus membekali masyarakat dengan literasi keuangan yang memadai terutama tentang manfaat dan risiko produk dan jasa keuangan tersebut sehingga masyarakat dapat memanfaatkan layanan keuangan dengan baik dan tidak tertipu oleh tawaran-tawaran investasi yang

dapat merugikan mereka.

"Dengan literasi keuangan yang memadai berarti menciptakan masyarakat yang memiliki kemampuan keuangan (*financial capability*). Ini berarti selain menyediakan akses keuangan juga melengkapi individu dengan keterampilan praktis yang memungkinkan mereka untuk mengelola uang mereka dengan cara yang baik, meminimalkan risiko dan meningkatkan kesejahteraan mereka," tukasnya.

Senada dengan Muliawan, Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Kusumaningtuti S. Soetiono mengatakan, Layanan Keuangan Mikro juga bertujuan untuk peningkatan literasi keuangan masyarakat dalam pemanfaatan produk dan jasa keuangan.

"Kegiatan ini ditujukan untuk mensosialisasikan berbagai produk keuangan mikro yang dimiliki industri jasa keuangan kepada masyarakat, khususnya golongan menengah ke bawah. Sekaligus

meningkatkan literasi dan edukasi masyarakat serta memperluas akses masyarakat terhadap produk dan layanan jasa keuangan," tandas Kusumaningtuti.

Oleh karena itu, dalam Layanan Keuangan Mikro ini, OJK tidak hanya meluncurkan produk keuangan saja. OJK juga menyediakan jasa keuangan seperti perencanaan keuangan dan konsultasi serta informasi produk dan jasa keuangan.

"Diharapkan dengan acara ini bisa untuk meningkatkan pengenalan dan pemahaman masyarakat mengenai produk dan jasa keuangan serta mendorong masyarakat untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan mereka," katanya.

OJK



OJK CIPTAKAN FINANCIAL HABIT AGAR PELAJAR MELEK KEUANGAN

Selain gencar memperluas akses keuangan hingga ke pelosok desa seperti program Layanan Keuangan Mikro, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga tak pernah henti untuk terus melakukan edukasi keuangan guna meningkatkan literasi dan utilisasi keuangan di Indonesia.

Tahun lalu fokus edukasi keuangan kepada masyarakat dimulai dari ibu rumah tangga dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Di tahun ini, OJK tetap melanjutkan program edukasi keuangan kepada kedua kelompok masyarakat tersebut, dan juga menambah fokus dan prioritas sasaran edukasi keuangan kepada pelajar di Indonesia. Sementara itu target sasarannya ialah tingkat universitas, Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Dasar (SD).

Sebagai bentuk nyata dan komitmen tersebut, pada 23 Februari 2015 yang lalu OJK bersama Kementerian Pendidikan Dasar, Menengah dan Kebudayaan (Kemendikbud) dan Industri Jasa Keuangan (IJK) telah meluncurkan buku literasi keuangan berjudul "Mengenal OJK dan IJK untuk tingkat SMP". Adapun untuk tingkat SMA telah diterbitkan tahun lalu. Dengan demikian, saat ini materi edukasi keuangan untuk siswa SMP dan SMA telah masuk ke jenjang pendidikan formal.

"Materi edukasi keuangan untuk SMA sudah di-launching tahun lalu dan saat ini sedang diujicobakan di 1.270 sekolah. Kita mulai dari SMA terus ke SMP yang sudah di-launch juga Februari kemarin. Tahun ini saja program-program edukasi keuangan yang



"Anak-anak itu bisa menjadi agen perubahan karena hidup dengan orangtua, saudara, tetangga dan teman bermainnya sehingga dapat mempengaruhi lingkungannya. Jadi disamping dapat menumbuhkan pembentukan perilaku bagi dirinya sendiri melalui edukasi keuangan, mereka juga bisa mempengaruhi perilaku bagi lingkungan disekitarnya"

direncanakan OJK dan industri jasa keuangan untuk pelajar sekitar 40% karena memang menjadi prioritas kita", kata Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono kepada *Majalah Edukasi Konsumen* di Jakarta, Selasa (10/3/2015).

Dia menjelaskan tahun ini OJK juga akan meluncurkan buku Literasi Keuangan untuk tingkat SD. Namun yang berbeda adalah OJK bakal menambahkan alat peraga untuk mempermudah pemahaman siswa SD.

"SD adalah sasaran berikutnya, sekarang sedang dalam proses penyusunan dan bukan hanya buku tapi juga ada alat peraga. Misalnya siswa diberikan tugas untuk mewarnai kantor bank, nah sambil mewarnai itu mereka (guru) akan menjelaskan apa itu bank, manfaatnya," tutur Kusumaningtuti.

Dia menjelaskan alasan regulator melakukan edukasi keuangan dengan menasar hingga ke siswa SD adalah untuk membentuk *financial habit* sejak dini.

Menurutnya kebiasaan baik seperti meleak keuangan ini perlu diajarkan sejak usia muda.

"Secara psikologi memang kebiasaan atau *habit* itu sebaiknya diajarkan sedini mungkin dan yang akan kita bangun ini adalah kebiasaan yang dinamakan *financial habit* yang dimulai dengan pengajaran dasar tentang mengenal uang, manfaat uang, dan bagaimana mengelola uang", paparnya.

Selain itu, menurut Kusumaningtuti, edukasi keuangan yang dilakukan pada usia muda ini sangat penting untuk menggapai masa depan yang cerah ketika dewasa.

"Pada usia rawan sejak tingkat SD hingga SMA akan mempengaruhi perilaku dan kehidupan mereka ketika dewasa. Oleh karena itu sesuai Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, fokus kita di 2015 untuk melaksanakan edukasi keuangan dari SD hingga SMA dengan pertimbangan pentingnya untuk menciptakan *financial habit*", terang Kusumaningtuti.

Memang, kata Kusumaningtuti, di usia tersebut mereka belum memiliki penghasilan sendiri tapi setidaknya dengan edukasi keuangan ini mereka akan paham apa yang harus dilakukannya ketika mereka memiliki uang sendiri.

"Jadi bukan dalam arti harfiah mereka sudah mempunyai penghasilan sehingga kita mengajarkan kepada mereka bagaimana berinvestasi atau menabung, namun merupakan upaya sejak awal untuk memberikan pemahaman agar nantinya dapat mereka terapkan ketika sudah memiliki uang", pungkasnya.

"karena dari sejak SD itu kan mereka sudah diajarkan untuk memiliki cita-cita. Nah untuk mencapai cita-cita tersebut dan sebelum memiliki uang sendiri, mereka diharapkan sudah tahu bagaimana mengelola uang yang dimiliki, bagaimana menyisihkannya untuk ditabung/diinvestasikan. Pola pengajaran seperti ini sebenarnya sudah dilakukan sejak dahulu, hanya saja OJK membuat sistem dan pola pengajaran edukasi keuangan yang lebih terstruktur", tambah Kusumaningtuti.

Dengan terbentuknya *financial habit* sejak masa muda, regulator berharap mereka menjadi agen dalam menularkan *financial habit* tersebut di lingkungannya.

"Anak-anak itu bisa menjadi agen perubahan karena hidup dengan orangtua, saudara, tetangga dan teman

bermainnya sehingga dapat mempengaruhi lingkungannya. Jadi disamping dapat menumbuhkan pembentukan perilaku bagi dirinya sendiri melalui edukasi keuangan, mereka juga bisa mempengaruhi perilaku bagi lingkungan disekitarnya", tuturnya.

Untuk mencapai keberhasilan *financial habit* di kalangan pelajar, OJK menilai bahwa pemahaman guru tentang industri jasa keuangan perlu ditingkatkan. Pasalnya guru merupakan kepanjangan tangan dari OJK dalam menyampaikan pendidikan keuangan kepada para pelajar.

"Kalau hanya menerbitkan buku dan meminta diajarkannya kepada anak-anak tidaklah cukup, jadi di dalam paket program itu kita juga ada *Training of Trainers* (ToT) yang dilakukan simultan kepada para guru di Indonesia. Untuk SMA sudah dilaksanakan tahun lalu sebanyak 4 ToT, tahun ini juga akan mulai diselenggarakan untuk guru-guru SMP seluruh Indonesia. Kenapa kita *mentraining* guru-guru di tiap provinsi? Karena guru menjadi media penting dalam proses pengajaran sehingga diharapkan dapat menimbulkan *multiplier effect* agar dapat menular kepada guru-guru lainnya. Setiap provinsi mengirimkan 2-5 perwakilan untuk ikut ToT", imbuh Kusumaningtuti.

Selain kegiatan tersebut, OJK juga terus menggalakkan program regulator mengajar, di mana mereka akan mengajarkan peserta didik tentang industri jasa keuangan.

Kemudian tahun ini OJK juga akan menggandeng Pemda untuk mendidik para penyuluh yang dimilikinya. "Kita koordinasikan dengan Pemda untuk bisa *mentraining*, sehingga program edukasi keuangan menjadi lebih gencar baik melalui jalur formal, informal dan juga melalui *stakeholders* lainnya", ucap Kusumaningtuti.

Melalui berbagai program di jenjang formal dan informal tersebut, OJK menargetkan literasi dan inklusi keuangan pelajar bisa naik dua persen dari yang ada saat ini.

"Saat ini literasi keuangan pelajar baru sekitar 28 persen dengan tingkat inklusi keuangan sekitar 44 persen. Targetnya secara nasional baik literasi maupun inklusi keuangan pelajar naik 2 persen dari populasi pelajar yang sudah mencapai 37 juta jiwa," tutupnya. **OJK**

SAYA “DIBELI” 24 JAM, SEMINGGU 7 HARI AGAR OJK BERKINERJA TINGGI

Menjadi abdi negara harus memiliki fondasi integritas, inovatif dan agen pembangunan. Itulah nilai-nilai yang dipegang oleh Anggota Dewan Komisiner Ex-Officio Kementerian Keuangan OJK yang baru.

Saya tidak mau dikenal, tapi mau dikenang. Kalimat tersebut terlontar dari Mardiasmo, Wakil Menteri Keuangan dan Anggota Dewan Komisiner Ex-Officio Kementerian Keuangan, OJK. Arti dari kalimat tersebut sangat mendalam, kalimat tersebut mengandung makna bahwa dirinya lebih baik dikenang oleh semua orang daripada terkenal, populer maupun tenar.

Memang, banyak dari para petinggi kita yang hampir seperti selebritis yang dikenal oleh semua orang. Namun bukan berarti selamanya positif makna terkenal. Kadang terkenal bukan berkat tindakan atau kebijakannya, justru kadang karena perilakunya yang kurang pantas untuk seorang pejabat negara. Berbeda dengan dikenang, karena biasanya menyangkut hal-hal yang menyenangkan, menggembirakan atau apapun yang layak untuk disimpan dalam pikiran. Untuk itu, mantan Kepala BPKP ini lebih memilih dikenang, daripada dikenal.

Sebelum menduduki jabatan sebagai Wakil Menteri Keuangan dan Anggota Dewan Komisiner Ex-Officio Kementerian Keuangan OJK, sejumlah amanat jabatan penting pernah beliau terima. Antara lain Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Direktur Jenderal Perimbangan Keuangan Kementerian Keuangan dan lain-lain. Kurang lebih sudah selama 15 tahun, Mardiasmo berkecimpung sebagai birokrat. Selama itu pula beliau memahami kondisi birokrasi di negara ini dan perubahan-perubahan yang terjadi didalamnya. Asam dan garam birokrasi sudah ditelannya. Kondisi tersebut, baginya merupakan tantangan. Yakni tantangan untuk membawa perubahan birokrasi dan organisasi ke arah yang lebih

baik.

Dengan dilantikannya beliau sebagai salah satu anggota Komisiner OJK pada 13 Januari 2015, tugas pun semakin bertambah dipikulnya. Inilah tantangan baru bagi Mardiasmo. “Biasa organisasi baru perlu penyesuaian. Kita akan melihat dulu. Saya datang rapat, bagaimana situasi dan kondisinya, bagaimana meng-handle suatu persoalan. Namun harus bisa cepat tanggap dan belajar. Apalagi mereka (anggota Dewan Komisiner) orang-orang yang sudah terdidik dan *high quality*,” kata Mardiasmo.

Mardiasmo mengaku banyak hal yang harus dirinya perdalam saat menjadi Anggota Dewan Komisiner OJK. beliau mengaku dirinya memiliki latar belakang yang kuat pada pengetahuan fiskal. Harapannya, bekal kemampuannya ini dapat disinergikan dengan OJK. Dalam posisinya sebagai salah satu Anggota Dewan Komisiner, perannya diharapkan dapat membantu optimalisasi fungsi OJK sebagai regulator dan pengawas lembaga keuangan untuk membantu mendorong pencapaian tujuan pembangunan nasional dari sisi pemerintah melalui Kementerian Keuangan.

Mardiasmo juga telah menanamkan dalam-dalam kepada dirinya bahwa saat posisinya sekarang ini harus berkomitmen penuh. “Sebagai Anggota Dewan Komisiner itu, saya “dibeli” 24 jam, seminggu 7 hari, agar OJK berkinerja tinggi serta berkualitas. *Handphone* tidak boleh mati. Karena itu perlu komitmen yang kuat,” tandasnya.

Komitmen kuat, yang ditunjukkan Mardiasmo inilah diharapkan beliau dapat dicontoh oleh semua pihak yang ada dalam lembaga di mana beliau mengabdikan. Orang-orang yang berada di OJK harus menunjukkan totalitasnya, karena mereka adalah representasi dari lembaga. Perilaku mereka yang akan dinilai oleh masyarakat dan industri jasa keuangan. Mardiasmo mengatakan untuk membangun organisasi dan kepercayaan konsumen harus berawal dari diri sendiri. Harus membangun *values* kita sendiri. Lantas apa yang akan dibawanya untuk OJK? Mardiasmo menjawab dengan tegas, yakni memiliki integritas. Bekal integritasnya menjadi modal pengabdian kepada negara. Bekal integritasnya menjadi modal pengabdian kepada negara, mewujudkan mimpinya untuk Indonesia, antara lain semakin tipisnya *gap* antara kelompok miskin dan kaya, masyarakat yang sejahtera.

Mardiasmo juga berkali-kali menandakan

bahwa stigma pelayan negara yang selama ini tertanam di benak masyarakat harus dibuang jauh. Stigma pelayanan negara yang pemalas, produktivitasnya rendah, tidak berorientasi pada hasil dan birokratis harus sedapat mungkin dikikis. Tak segan-segan Mardiasmo mencontohkan di lembaga dimana beliau mengabdikan, komitmen kerja dan integritas melalui perilaku sehari-hari, sehingga diharapkan contoh yang baik dari pimpinan yang amanah sehingga dapat mempengaruhi secara positif kepada lingkungan menjadi lebih baik. **OJK**



RIWAYAT HIDUP

Nama: Prof. Drs. H. Mardiasmo, MBA, PhD, Akt, QIA, CA, CfrA.

Kedudukan:

- Wakil Menteri Keuangan RI
- Anggota Dewan Komisiner Ex-Officio Kementerian Keuangan OJK.
- Guru Besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM

Riwayat Pekerjaan:

- Wakil Menteri Keuangan (2014-Sekarang)
- Anggota Dewan Komisiner Ex-Officio Kementerian Keuangan OJK (2015-Sekarang)
- Wakil Ketua Komisi Pengawas SKK Migas (2014-Sekarang)
- Kepala BPKP (2010-2014)
- Dirjen Perimbangan Keuangan Kementerian Keuangan (2006-2010)



LAKU PANDAI: TEROBOSAN LAYANAN JASA KEUANGAN

Jumlah masyarakat Indonesia yang dapat mengakses perbankan jumlahnya belum besar. Laku Pandai diharapkan dapat menjaring masyarakat yang belum tersentuh oleh bank. Kemudahan apa yang ditawarkan dalam Laku Pandai?

Masih minimnya akses masyarakat ke perbankan merupakan salah satu kendala yang menyebabkan banyak masyarakat belum “bersentuhan” dengan bank. Padahal jumlah bank yang hadir di Republik ini tidak sedikit bila dibandingkan dengan negara tetangga. Hingga Desember 2014, jumlah bank umum di Indonesia mencapai 119 bank. Sejatinya, bank-bank ini hadir untuk melayani jumlah penduduk Indonesia yang populasinya

mencapai 240 juta jiwa.

Berdasarkan hasil survei World Bank 2010, jumlah masyarakat yang memiliki tabungan di lembaga keuangan formal jumlahnya hanya mencapai 47% dari total populasi. Jumlahnya relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan Singapura (95%), Korea (65%), Malaysia (60%), Thailand (60%) dan juga Srilanka (60%).

Ketua Supervisi Bank Indonesia Umar Juoro menerangkan dari sekitar 68% jumlah masyarakat Indonesia yang gemar menabung hanya separuhnya saja yang menyimpan

dananya di institusi formal. Dari jumlah tersebut, sekitar 47% menggunakan jasa bank, dan 3% menggunakan lembaga keuangan lainnya. Umar menyebutkan masyarakat yang memiliki rekening tabungan di Indonesia persentasenya hanya mencapai 20%, sementara orang dewasa yang memiliki kredit di bank persentasenya hanya mencapai 9%. Dari sekitar 20% masyarakat yang memiliki rekening tabungan di bank, hanya sekitar 15% saja yang merupakan pemilik rekening tabungan aktif.

Umar juga menyebutkan jumlah masyarakat yang memiliki pinjaman persentasenya mencapai 60%. Dari jumlah tersebut, 17% meminjam dari bank sementara 43% masih meminjam dari lembaga informal. “Sekitar 40%, tak meminjam karena berbagai alasan, yakni takut berhutang (60%), tidak membutuhkan pinjaman (20%) dan tidak punya jaminan (4%),” terang Umar yang juga adalah peneliti senior *The Center for Information and Development Studies* (CIDES).

Atas dasar itulah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kemudian menggulirkan program Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai). Aturan tentang Laku Pandai sendiri telah



dirilis oleh OJK melalui Peraturan OJK No. 19/POJK.03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Inklusif yang mulai berlaku pada awal tahun ini. Tujuannya, untuk melakukan pemerataan pembangunan antarwilayah dan menyediakan akses bagi masyarakat kecil dalam melakukan transaksi keuangan khususnya dengan perbankan.

Laku Pandai sendiri dapat diartikan sebagai kegiatan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor. Secara teknis, layanan ini memerlukan dukungan sarana teknologi informasi yang mumpuni untuk menyediakan layanan dengan memanfaatkan telepon seluler, *Electronic Data Capture* (EDC), maupun agen bank. Peran Teknologi Informasi ini nantinya diperlukan untuk mendukung kerjasama perbankan dan lembaga keuangan lain seperti perusahaan asuransi, dan perusahaan penerbit uang elektronik, atau jasa pihak ketiga seperti agen individu atau agen berbadan hukum dalam menyediakan layanan keuangan.

Pada prinsipnya, produk keuangan yang ditawarkan dalam Laku Pandai harus memenuhi sejumlah kriteria seperti, dekat,

terjangkau, dipahami dan digunakan untuk kepentingan masyarakat di daerah. Sesuai dengan kriteria tersebut, ada tiga produk dan layanan yang akan ditawarkan melalui Laku Pandai, yakni tabungan dengan karakteristik *basic saving account*, kredit atau pembiayaan mikro berjangka waktu maksimal satu tahun dengan maksimum plafon kredit sebesar Rp20 juta dan asuransi mikro.

Tabungan yang ditawarkan dalam Laku Pandai memiliki karakteristik yang cukup sederhana, yakni, bebas biaya administrasi bulanan dan memiliki batas maksimal saldo rekening sebesar Rp5 juta dengan transaksi maksimum sebesar Rp5 juta per bulan. Selain itu, pemilik rekening tabungan Laku Pandai juga dapat menikmati fasilitas kredit dengan bunga rendah. Namun, tujuan dari pembiayaan mikro diutamakan penggunaannya untuk kredit produktif, atau untuk keuangan inklusif seperti pendidikan. “Bunga kredit mikro Laku Pandai bahkan bisa lebih rendah daripada bunga kredit mikro bank,” terang Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK, Nelson Tampubolon.

Lalu siapa saja penyelenggara Laku Pandai? Menurut POJK, ada beberapa persyaratan yang harus di patuhi bank yang ikut dalam program Laku Pandai. Pertama, bank tersebut harus berbadan hukum Indonesia. Kedua, memiliki profil risiko operasional dan risiko kepatuhan dengan peringkat 1,2, atau 3. Ketiga, bank tersebut wajib memiliki jaringan kantor di wilayah Timur Indonesia dan atau provinsi Nusa Tenggara Timur. Keempat, bank harus memiliki infrastruktur pendukung berupa layanan transaksi elektronik bagi nasabah seperti *SMS banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. Selain itu, bank juga diwajibkan mematuhi ketentuan mengenai

uang elektronik yang diatur dalam PBI No. 16/8/PBI/2014.

Sejumlah persyaratan juga diterapkan kepada mereka yang ingin menjadi agen Laku Pandai. Nelson mengungkapkan, agen Laku Pandai bisa berasal dari perorangan, jaringan outlet besar, lembaga keuangan dan toko-toko di daerah setempat, yang memiliki izin dari OJK dan izin dari bank untuk menjadi agen Laku Pandai. Untuk agen yang berasal dari perorangan, syaratnya adalah agen tersebut adalah penduduk setempat, memiliki kegiatan di lokasi sebagai sumber penghasilan utama, serta memiliki kemampuan, reputasi, kredibilitas dan integritas.

Sementara itu, untuk agen bank berbadan hukum, syaratnya adalah badan hukum tersebut memiliki kegiatan di bidang keuangan atau memiliki *retail outlet* dan sudah beroperasi minimal dua tahun. Badan usaha tersebut juga harus memiliki kegiatan usaha di lokasi, memiliki teknologi informasi yang memadai serta memiliki reputasi dan integritas yang baik. Agen berbadan hukum ini misalnya adalah perseroan terbatas, perusahaan daerah, atau koperasi.

Agan Laku Pandai, tambah Nelson juga bisa dimanfaatkan oleh agen Layanan Keuangan Digital (LKD) sepanjang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. “Untuk saat ini sampai dengan 2016 kami membebaskan (agen Laku Pandai) di seluruh Tanah Air. Namun nantinya, kami (OJK) akan menyeleksi atau merelokasi daerah mana saja yang perlu ada agen,” ujar Nelson.

Selanjutnya, banklah yang akan diberi kewenangan untuk menunjuk agennya. Agen ini harus melewati *fit and proper test* sebagai agen bank. Agen Laku Pandai juga akan diberikan pelatihan untuk menyelenggarakan layanan perbankan. Layanan yang boleh diberikan agen diantaranya, setoran tunai, penarikan tunai, pemindahbukuan, pembayaran tagihan, transfer dana, cek saldo, penutupan rekening, permohonan kredit atau pembiayaan, pencairan kredit, penagihan, pembayaran kredit atau angsuran dan pelunasan pokok kredit. Meski pengajuan kredit bisa dilakukan lewat Laku Pandai, namun proses persetujuannya tetap dari bank.

Sejumlah lembaga keuangan, khususnya perbankan pun menyambut baik digulirkannya program Laku Pandai. Anggota Dewan Komisiner OJK Ilya Avianti



mengatakan setidaknya ada 17 bank yang mengaku siap ikut serta dalam Laku Pandai. "Ada sekitar 14 bank yang siap melaksanakan *branchless banking* dengan total agen mencapai 20 ribu agen," terang Ilya.

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (BNI) misalnya, mengaku siap mendukung program Laku Pandai. Saat ini, BNI tengah menyiapkan layanan perbankan dengan metode *digital online* untuk mendukung layanan nasabah Laku Pandai. "Dengan pelayanan digital, ke depannya jumlah cabang akan mengecil. Karyawan nantinya dimungkinkan untuk bekerja dari rumah," terang Direktur Utama BNI Gatot M. Suwondo.

Senada dengan BNI, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk (BRI) juga mengaku siap ikut dalam program Laku Pandai. Untuk mengimplementasikan Laku Pandai, BRI memperkenalkan BRILink. BRILink merupakan program BRI dalam menjangkau masyarakat yang belum memiliki akses ke bank. Layanan ini bahkan sudah mampu menggandeng 35

ribu nasabah sebagai agennya.

BRI akan membidik 1,25 juta nasabah dari Laku Pandai dan LKD. Untuk memuluskan pencapaian targetnya tersebut, tahun ini BRI bermaksud menambah 15 ribu agen BRILink. "Untuk transaksi targetnya mencapai 200 transaksi per agen," imbuh Direktur Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) BRI Djarot Kusumayakti.

OJK dan para pelaku industri keuangan menaruh harapan besar kepada program Laku Pandai untuk meningkatkan penetrasi keuangan masyarakat. Program Laku Pandai sendiri harus diakui merupakan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, untuk tahap pertama ini belum ada potensi keuntungan yang bisa diperoleh bank dengan menggarap Laku Pandai. Namun, ada potensi dana cukup besar yang bisa diraup bank apabila Laku Pandai sukses diimplementasikan. "Kami (OJK) perkirakan, dalam lima tahun dana yang terkumpul bisa mencapai Rp200 triliun," pungkas Nelson. **OJK**

MANFAAT LAKU PANDAI

Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan akses layanan keuangan tanpa harus pergi ke kantor bank. Transaksi perbankan dapat dilakukan melalui agen bank seperti toko kelontong, *counter* pulsa, atau outlet retail yang kini tersebar di berbagai wilayah hingga ke pedesaan; Masyarakat di berikan pilihan produk yang cukup menarik berupa tabungan bebas biaya administrasi;

Meningkatnya kemampuan masyarakat di bidang layanan keuangan, sebab masyarakat yang ingin menjadi agen akan diberikan pelatihan untuk dapat melayani transaksi keuangan;

Masyarakat memiliki peluang usaha baru untuk menjadi agen bank. Agen bank ini nantinya akan memperoleh pendapatan berupa komisi dari setiap transaksi yang dilakukan nasabah, sesuai dengan besaran komisi yang ditetapkan bank.

GAYA HIDUP PERBANKAN KAUM MUDA

Sesuai dengan gaya hidupnya, perbankan menawarkan produk tabungan dan kartu kredit yang dinamis untuk anak muda. Bagi penggila TI kini telah hadir pula rekening ponsel.



Beberapa waktu lalu, Mastercard menggandeng *Child & Youth Finance International* (CYFI) meluncurkan sebuah buku digital berupa panduan bagi anak-anak dan remaja untuk menciptakan berbagai produk perbankan. Kedua lembaga ini memiliki visi yang sama, yakni memberikan pembekalan finansial dan edukasi kepada anak-anak dan remaja tentang beragam produk perbankan dan keuangan.

Hal itu pula yang kini tengah gencar dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang terus mengkampanyekan mengenai literasi keuangan. OJK sengaja memilih beberapa kelompok yang tersegmentasi untuk mendorong literasi keuangan. Selain kaum wanita, OJK juga memilih anak-anak muda dalam menggelontorkan program edukasi literasi keuangan.

Upaya edukasi yang dilakukan OJK kepada remaja ini berbanding lurus dengan strategi sejumlah bank yang menasar anak muda sebagai pasar yang potensial bagi bank. Hal itu terlihat dari tren penyediaan produk dan layanan khusus bagi anak muda yang digagas oleh sejumlah bank. Mulai dari tabungan khusus anak muda, kartu kredit untuk anak muda, hingga layanan perbankan khusus untuk anak muda.

Saat ini, ada beberapa produk bank yang khusus di desain untuk anak muda. Produk tersebut diantaranya, Tabungan Xpresi BCA. Produk yang anak muda "banget" ini didukung oleh Komunitas Tahapan Xpresi dalam sebuah forum *online* di *facebook* dan juga *twitter*. Sebagai simbol kemudahan dan mendukung mobilitas anak muda, produk ini dilengkapi oleh layanan *e-banking*.

Selain Xpresi BCA, ada pula PermataMe dari Bank Permata, sebuah produk khusus untuk remaja pelajar dan mahasiswa dengan usia maksimal 22 tahun. PermataMe juga dilengkapi oleh fitur *e-banking* yang lengkap yang dapat dijalankan di beberapa aplikasi pada *gadget*, yakni Android, Blackberry dan Java.

Tak mau ketinggalan, dua bank lainnya yakni CIMB Niaga dan BNI juga menyediakan produk tabungan khusus anak muda. Produk CIMB Niaga diberi nama Tabungan Ekstra Mahasiswa, sementara milik BNI berlabel BNI Taplus Muda. Keduanya sama-sama menasar segmen mahasiswa. Selain Taplus Muda, BNI juga memiliki tabungan Taplus Mahasiswa (BNI Tapma). Produk ini diperuntukkan kepada mahasiswa yang perguruan tingginya bekerja sama dengan bank BNI.

Adapula beberapa produk yang sengaja di desain bank dengan menggandeng perusahaan maskapai penerbangan. Produk itu diantaranya, Airasia Savers CIMB Niaga, dan Simas Lion Ticket Bank Sinarmas. Airasia Savers dilengkapi dengan fitur *ebanking* komplit, mulai dari *internet banking* di *cimclick*, *mobile banking* (*gomobile*) dengan tiga pilihan aplikasi, yakni IOS, Android, dan BlackBerry.

Masih pada jenis produk tabungan, bank juga melakukan terobosan demi menyita perhatian para kaum muda yang menyukai gaya dan kemudahan. Sejumlah bank misalnya, meluncurkan rekening elektronik. CIMB Niaga menjadi salah satu pionir dalam memperkenalkan rekening elektronik dengan nama rekening ponsel.

Selain tabungan, *banking life style* anak muda (*youth banking life style*) sekarang juga

memasukkan kartu kredit sebagai salah satu produk *banking lifestyle* yang paling diminati anak muda. Tercatat sedikitnya ada tiga jenis kartu kredit dengan segmentasi khusus anak muda, yakni Kartu BRI Touch Bank BRI, Credit Card Life Style BCA, Kartu Kredit Chelsea Club Bank BNI dan Cheerful Credit Card CIMB Niaga

Lalu apa saja keunikan dari beberapa produk tersebut? Kartu BRI Touch diperuntukkan bagi anak muda baik yang berstatus pelajar, mahasiswa maupun anak muda yang sudah memiliki pekerjaan tetap. Cheerful Credit Card besutan bank CIMB Niaga juga menasar segmen pelajar dan mahasiswa. Keduanya memiliki segmen dan fitur-fitur yang nyaris sama.

Bagi anda para penggemar Chelsea, Bank BNI menawarkan kartu Kredit BNI Chelsea. Kartu ini juga cukup berhasil menarik minat para kawula muda yang memang fans berat klub sepak bola asal London, Inggris ini. Ada pula MasterCard White Card Platinum dari BII. Sama-sama menasar segmen anak muda, produk ini mengkhususkan diri untuk dimiliki oleh nasabah yang belum lama berkarir di dunia kerja. MasterCard White Card Platinum menawarkan seluruh fasilitas berbasis elektronik channel. Lembar penagihan, informasi program diskon maupun *reward* disampaikan melalui surat elektronik.

Nah, kini makin beragam saja produk bank khusus anak muda. Produk-produk ini tak hanya membuat gaya anak muda makin keren, tetapi juga menjamin masa depan keuangan yang lebih baik. Produk bank khusus anak muda sendiri dapat juga disebut upaya keras industri menegedukasi nasabah.

OJK



MEMULAI INVESTASI DARI REKSA DANA

Dari sekitar 240 juta penduduk di Indonesia, menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah investor reksa dana di Tanah Air baru mencapai 250.000, secara persentase baru sekitar 0,1% dari total penduduk Indonesia.

Pasar reksa dana semakin bergeliat. Dari waktu ke waktu semakin banyak masyarakat yang melihat instrumen investasi tersebut memberikan prospek cerah. Sayangnya, meskipun produk ini mulai dilirik, namun dari sisi investor yang menanamkan modalnya di instrumen tersebut jumlah masih belum sesuai harapan.

Dari sekitar 240 juta penduduk di Indonesia, menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah investor reksa dana di Tanah Air baru mencapai 250.000, secara persentase baru sekitar 0,1% dari total penduduk Indonesia.

Menurut Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK Nurhaida, masyarakat di Tanah Air sedikit terlambat menyadari manfaat reksa dana sebagai instrumen investasi. Dibandingkan negara lain, jumlah investor reksa dana di Indonesia masih tertinggal. Di Malaysia investor reksa dana dibandingkan dengan jumlah penduduknya memiliki rasio 51%. Demikian juga dengan Amerika Serikat yang investornya mencapai 85% dibandingkan total penduduknya.

Meskipun dari jumlah investor masih belum signifikan, jika dilihat dari sisi dana kelolaan jumlahnya cukup besar. Per Januari 2015, dana kelolaan reksa dana yang tersebar

di seluruh perusahaan pengelola reksa dana jumlahnya mencapai Rp 240 triliun.

Ketua Asosiasi Pengelola Reksa Dana Indonesia (APRDI) Denny R Thaher optimistis jumlah investor reksa dana tersebut akan terus bertambah menjadi sekitar 5 juta investor pada 2017 seiring dengan peningkatan dana kelolaan reksa dana yang diperkirakan saat itu dapat mencapai Rp 1.000 triliun. Hanya saja tidak mudah mewujudkan hal tersebut, butuh kerja keras melalui sosialisasi dan edukasi dari seluruh komponen yang berkepentingan di industri pasar modal nasional.

Reksa dana atau *mutual fund* pada dasarnya merupakan produk investasi selain

deposito, saham, maupun obligasi. Berbeda dengan tabungan, termasuk deposito berjangka, *return* yang dihasilkan reksa dana secara umum lebih baik dibandingkan dengan tabungan bertahap maupun deposito berjangka.

Dari sisi risiko, potensi risiko yang melekat pada reksa dana secara relatif jauh lebih kecil dari instrumen investasi induknya seperti saham, obligasi, maupun pasar uang. Sebab, produk reksa dana sebenarnya merupakan instrumen yang melekatkan investasinya pada beberapa instrumen lain, sehingga risikonya cenderung lebih menyebar.

Investor Pemula

Dari sisi nilai investasi, bagi investor pemula yang memiliki dana terbatas atau masih takut melakukan investasi dalam jumlah besar, reksa dana memang merupakan alternatif yang relatif tepat sebagai "instrumen investasi". Dana investor yang terbatas akan digabungkan dengan investor lain dan menciptakan satu kekuatan beli yang sangat besar. Investor yang tidak memiliki kemampuan investasi juga tidak perlu dipusingkan dengan soal pengelolaan, karena

ada manager investasi yang akan mengelola. Investor cukup menyerahkan dananya kepada bank kustodian untuk reksa dana tertentu yang mereka butuhkan.

Dengan pemahaman tersebut, bisa dipahami bahwa banyak investor pemula yang baru mengenal pasar modal, cenderung menginvestasikan dananya pada reksa dana. Dan sekali lagi, arah investasinya akan bergantung pada karakteristik risiko masing-masing dan tujuan investasinya apakah untuk jangka pendek, jangka menengah, atau untuk jangka panjang.

Kesadaran bahwa seiring dengan peningkatan daya beli masyarakat, terutama dengan terus tumbuhnya kalangan menengah di Indonesia membuat pasar reksa dana ke depan harus terus dipromosikan agar terus tumbuh seiring pertumbuhan golongan pendapatan masyarakat di level menengah yang memiliki rata-rata pertumbuhan pendapatan sebesar 7% per tahunnya.

Bagi pemula maupun masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi ke pasar modal tidak perlu khawatir besarnya dana yang harus diinvestasikan. Sekarang sudah ada reksa dana mikro. Reksa dana ini merupakan produk yang nilai awal investasinya cukup kecil, yaitu sekitar Rp 100.000. Harapannya

reksa dana ini dapat menjangkau masyarakat menengah ke bawah yang ingin berinvestasi. OJK terus mengupayakan agar semakin meluas jangkauannya dan terus ditingkatkan dengan adanya agen penjual reksadana ke daerah. Terutama menjangkau masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah. Dengan demikian, reksa dana mikro dapat terserap banyak oleh investor kecil maupun yang pemula.

Namun para investor baru ini perlu juga mencermati dalam hal memilih reksa dana dan perusahaan manager investasi yang tepat. Jangan sampai dana nasabah hilang tidak jelas karena ternyata perusahaan investasi tersebut "bodong" alias izinnya tidak ada di OJK.

Oleh karena itu semua *stakeholder* harus memiliki komitmen bersama untuk meningkatkan dan menjaga kepercayaan para investor-investor tersebut. Kepercayaan masyarakat pada pasar reksa dana harus bisa terus dijaga. Edukasi dan sosialisasi mengenai reksa dana secara menyeluruh termasuk soal risikonya di satu sisi, harus dibarengi secara simultan dengan regulasi mengenai perlindungan konsumen sebagai prioritas terdepan dalam rangka menjaga kepercayaan masyarakat kepada pasar modal. **OJK**

Perbedaan *Unit Link* dan Reksa Dana

UNIT LINK	REKSA DANA
Perusahaan Asuransi (Penerbit)	Perusahaan sekuritas atau <i>asset management</i>
Dijual oleh perusahaan asuransi melalui agen asuransi	Dijual oleh agen penjual reksa dana bisa berupa bank atau langsung perusahaan sekuritas
Mengandung unsur uang pertanggungan dan biaya asuransi	Tidak mengandung uang pertanggungan dan tidak ada biaya asuransi
Tidak ada biaya penjualan	Biaya penjualan 0%-2% dalam tahun 1
Umumnya penjual tidak memberikan prospektus ataupun pengisian profil risiko	Umumnya penjualan menampilkan prospektus dan pengisian profil risiko

Teknologi Informasi

JALUR ONLINE PERLUAS JANGKAUAN ASURANSI

Pemasaran asuransi via online semakin memudahkan masyarakat dalam membeli asuransi. Cara ini juga diminati para netters. Seberapa efektif pemasaran online meningkatkan kesadaran berasuransi?

Perkembangan teknologi informasi mempermudah berbagai hal termasuk dalam berbisnis. Tak ayal, bisnis *online* pun makin menjamur berkat kecanggihan teknologi. Teknologi tak hanya menawarkan kemudahan tetapi juga efisiensi dan efektifitas. Dua hal ini sangat di butuhkan oleh masyarakat yang gaya hidupnya semakin *mobile*.

Mengekor kesuksesan perbankan, asuransi kini ikut memanfaatkan jalur *online* sebagai salah satu alternatif distribusi pemasarannya. Apalagi pemasaran asuransi secara *online* ternyata tak kalah efektif dengan pemasaran secara *offline*. Kelebihannya tak hanya memudahkan konsumen dalam membeli produk, tetapi juga efektif memangkas biaya pemasaran bagi perusahaan.

Kini konsumen dapat dengan mudah membeli polis secara digital melalui *gadget* yang terhubung dengan internet. Tak hanya pembelian produk asuransi, kini konsumen bahkan juga bisa mengajukan klaim dan mencari informasi seputar asuransi melalui aplikasi yang dikembangkan perusahaan asuransi.

Lalu seperti apa pemasaran asuransi secara *online*? Produk apa saja yang bisa dibeli secara *online*? Dan perusahaan asuransi mana saja yang sudah bertransformasi ke digital dalam memasarkan asuransi?

Umumnya produk asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi adalah produk yang sederhana. Produk ini juga tidak membutuhkan *underwriting* yang rumit. Begitu juga dengan urusan klaim. Produk yang ditawarkan melalui *online* biasanya tidak membutuhkan proses klaim yang kompleks.

PT Finansial Wiramitra Danadyaksa (FWD Life Indonesia) adalah salah satu perusahaan asuransi yang menggunakan *platform* berbasis elektronik dalam memasarkan asuransi. Perusahaan asuransi ini hadir di Indonesia dan memperkenalkan sistem pemasaran *online* pada 2013. Dalam memasarkan produk asuransinya, FWD Life Indonesia membekali agennya dengan perangkat digital seperti tablet. Perangkat *gadget* tersebut di gunakan untuk memberikan informasi tentang produk asuransi dan melayani konsultasi dari para konsumen. Selain itu, *gadget* juga dapat memfasilitasi pembayaran premi apabila konsumen ingin membayar preminya secara *online*, dan menerbitkan polis secara *online*.

Perusahaan asuransi jiwa lainnya yang ikut merambah pemasaran *online* adalah Commonwealth Life. Perusahaan asal Australia ini meluncurkan akses layanan informasi produk dan layanan bertajuk digital COMMITMENT.

Gaya hidup konsumen yang serba digital juga menginspirasi AXA Mandiri dalam memasarkan produknya. AXA Mandiri menggandeng Tokone.com (*website E-commerce Bank Mandiri*) untuk memasarkan produknya, Mandiri Secure Plan (MSP), secara *online*. Konsumen yang ingin membeli produk asuransi AXA Mandiri hanya perlu mengakses Tokone.com melalui *smartphone*-nya. Harga premi dari MSP yang ditawarkan AXA Mandiri secara *online* cukup terjangkau, yakni mulai dari Rp150.000 dengan uang pertanggungan mencapai Rp150 juta.

AIA Financial dan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 juga telah memasuki era digital dalam melayani konsumennya. AIA Financial merilis *employee care mobile*

application sebagai layanan digital. Aplikasi ini dapat membantu konsumen mengakses informasi tentang asuransi, mengajukan klaim dan memberikan penjelasan seputar produk dan layanan AIA Financial lainnya. Sementara itu, AJB Bumiputera berencana membuka *e-channel* sebagai jalur distribusi pemasaran barunya. Asuransi lainnya yang juga merambah *online* dalam memasarkan asuransi adalah AXA Financial, AIG Insurance, Tokio Marine dan juga Central Asia Financial.

Tidak hanya perusahaan asuransi jiwa yang tengah getol membangun infrastruktur untuk berbisnis secara *online*. Para pemain asuransi umum pun melakukan hal yang sama. Belum lama ini, Asuransi Sinar Mas (ASM) memperkenalkan Asuransi Simas Net (Simas Net). Anak usaha ASM ini mengkhususkan diri menjadi perusahaan asuransi yang fokus pada penjualan secara *online*.

Adira Insurance juga tak mau ketinggalan mengikuti tren pemasaran asuransi digital. Anak usaha Bank Danamon ini mulai memanfaatkan media digital dalam strategi bisnisnya pada akhir tahun lalu. "Kita juga ingin polisinya itu digital sesuai dengan generasi sekarang yang mengusung konsep *green*" terang Indra Baruna, Direktur Utama Adira Insurance.

Sejumlah cara memang tengah di tempuh asuransi dalam meningkatkan penetrasinya. Selain program edukasi dan sosialisasi asuransi yang dijalankan selama ini, pemasaran asuransi via *online* merupakan solusi cerdas meningkatkan *awareness* masyarakat. Dengan strategi ini insan asuransi optimistis terhadap penetrasi asuransi di Indonesia akan semakin meningkat. **OJK**

Asuransi Mikro

MURAH PREMINYA, BESAR MANFAATNYA

Industri asuransi telah meluncurkan 7 produk standar asuransi mikro. Saat ini, ada sekitar 53 perusahaan yang telah memasarkan asuransi mikro. Seperti apa produk dan fiturnya?

Penetrasi asuransi di Indonesia belum juga beranjak ke angka 5%. Kondisi ini lebih disebabkan karena masih banyaknya masyarakat yang belum terjamah oleh asuransi, khususnya masyarakat berpenghasilan rendah. Minimnya tingkat penggunaan produk asuransi pada kalangan masyarakat berpenghasilan rendah sangat dipengaruhi oleh ketersediaan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat di kalangan tersebut. Pengamat asuransi, Munawar Kasan mengatakan ada tiga faktor yang membuat asuransi tak menjangkau masyarakat kalangan bawah. Pertama, belum banyak produk perusahaan asuransi umum dan jiwa yang dikhususkan untuk segmen masyarakat bawah. Kedua, masyarakat belum tahu manfaat asuransi. Ketiga, dukungan pemerintah/regulator masih minim pada produk asuransi untuk masyarakat kalangan bawah.

Kondisi tersebut mendorong Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama dengan Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI), Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dan Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) gencar mensosialisasikan asuransi mikro. Untuk menyeragamkan produk asuransi mikro, OJK meluncurkan "Grand Design Pengembangan Asuransi Mikro". Didalamnya memuat definisi dari asuransi mikro dengan *tagline* SMES, yakni, sederhana, mudah, ekonomis dan segera.

Langkah peluncuran *Grand Design* Pengembangan Asuransi Mikro dilanjutkan dengan diluncurkannya produk standar asuransi mikro oleh AAJI, AAUI dan AASI.

AAJI memperkenalkan satu produk standar asuransi mikro bertajuk Asuransi Mikro Penuh Cinta (siPeci) untuk dapat dipasarkan anggotanya.

Tak mau ketinggalan AAUI juga memperkenalkan lima sekaligus produk tersebut adalah Warisanku, Rumahku, Stop Usaha Erupsi, Stop Usaha Gempa Bumi, dan Asuransiku. Sementara itu AASI menawarkan satu produk standar asuransi mikro syariah yang diberi label Asuransi Mikro Syariah Si Bijak.

Apa saja fitur yang menyertai asuransi mikro? Fitur yang terdapat pada asuransi mikro tentu berbeda dengan asuransi pada umumnya, yakni pertama, objek yang diasuransikan dalam program asuransi mikro adalah harta, jiwa dan kepentingan peserta. Sementara itu risiko yang dapat diasuransikan adalah kerugian keuangan akibat rusak atau hilangnya harta, sakit, cacat, meninggal dunia dan hilangnya kepentingan peserta akibat risiko yang dijamin dalam polis asuransi.

Kedua, nilai pertanggungan pada asuransi mikro bersifat santunan, yaitu besar nilai klaim sudah ditetapkan sejak awal secara pasti. Ketiga, manfaat produk asuransi mikro dimungkinkan dalam bentuk *indemnity*/ ganti rugi sepanjang memenuhi karakteristik asuransi mikro. Berdasarkan *Grand Design* Pengembangan Asuransi Mikro Indonesia, nilai pertanggungan produk asuransi mikro tidak lebih dari Rp50 juta.

Keempat, penetapan premi untuk asuransi mikro harus mempertimbangkan proporsi yang lebih untuk penutupan risiko murni dan mengurangi porsi biaya serta sasaran keuntungan. OJK menetapkan premi bruto

asuransi mikro tidak boleh melebihi Rp50.000. Selain itu pola pembayaran premi juga harus fleksibel.

Kelima, polis asuransi mikro harus berbentuk ringkas, ditulis dalam bahasa Indonesia yang jelas dan dapat dipahami oleh masyarakat awam, serta tidak menimbulkan multi tafsir. Dalam polis asuransi mikro, istilah polis diganti dengan bukti kepesertaan, tertanggung diganti dengan peserta asuransi, penanggung diganti dengan nama perusahaan asuransi, dan uang pertanggungan diganti dengan santunan atau nilai penggantian. Dan keenam, pembayaran klaim dilakukan selambat lambatnya 10 (sepuluh) hari kerja sejak pengajuan semua dokumen klaim diterima oleh perusahaan asuransi.

Direktur Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah OJK Mochammad Muchlasin mengatakan saat ini sedikitnya terdapat 53 perusahaan yang sudah memasarkan asuransi mikro dengan jumlah peserta mencapai 6 juta peserta. Hingga Desember 2014, total premi asuransi mikro mencapai Rp106,45 miliar. Pada periode tersebut klaim bruto tercatat mencapai Rp71,76 miliar.

OJK bersama dengan industri intensif melakukan sosialisasi mengenai produk mikro ini. "Saat ini, yang dilakukan industri adalah mengedukasi manfaat dari asuransi mikro. Setelah tahu, maka masyarakat akan membeli. Nah, jika mereka sudah merasakan manfaatnya, diharapkan masyarakat ini akan naik levelnya dengan membeli produk-produk asuransi lainnya," kata Ketua AAJI Hendrisman Rahim. **OJK**



Klaim AirAsia QZ8501

MEMANFAATKAN MOMENTUM UNTUK TINGKATKAN KESADARAN BERASURANSI



Minggu, 28 Desember 2014 menjadi hari yang kelam bagi industri penerbangan Tanah Air. Sebuah pesawat AirAsia bernomor QZ8501 yang mengangkut 162 penumpang dan awak kabin mengalami kejadian naas. Pesawat dengan tujuan Surabaya–Singapura ini jatuh di sekitar perairan Selat Karimata, Kalimantan Tengah dan dipastikan seluruh penumpang dan awak kabin pesawat tidak ada yang selamat.

Hingga pencarian korban dihentikan awal Maret lalu, Badan *Search and Rescue* Nasional (Basarnas) mengumumkan telah berhasil mengevakuasi 103 jenazah dari total 162 penumpang dan awak kabin. Sementara sisanya sebanyak 59 penumpang dinyatakan tidak ditemukan atau hilang.

Setelah Basarnas menghentikan pencarian, kini tugas berikutnya adalah pemenuhan hak klaim asuransi korban AirAsia QZ8501 yang harus diberikan kepada ahli warisnya yang sah. Setidaknya ada empat perusahaan asuransi yang akan menanggung keseluruhan klaim asuransi korban termasuk badan pesawat.

Perusahaan-perusahaan asuransi tersebut adalah PT Asuransi Jasa Indonesia (Jasindo) yang melakukan koasuransi dengan PT

Asuransi Sinar Mas dan PT Asuransi Dayin Mitra. Selain tiga perusahaan asuransi lokal itu, Allianz Global Assistance sebagai perusahaan reasuransi juga menyatakan siap mencairkan klaim asuransi yang menjadi hak keluarga korban.

Mengacu pada Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 77/2011 tentang Tanggung Jawab Angkutan Udara, maka perusahaan asuransi diwajibkan mengganti kerugian korban sebesar Rp1,25 miliar per penumpang.

Menanggapi hal itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku pengawas industri perasuransian memastikan ahli waris korban musibah tersebut akan mendapatkan santunan senilai Rp1,25 miliar per penumpang. Lalu bagaimana kelanjutan klaim asuransi korban AirAsia QZ8501 saat ini? Apakah semua korban telah mendapatkan hak klaimnya? Tim Majalah Edukasi Konsumen belum lama ini mewawancarai Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non Bank (IKNB) OJK, Firdaus Djaelani. Berikut ini adalah petikan wawancaranya.

Bagaimana perkembangan pembayaran klaim AirAsia hingga saat ini?

Sebenarnya asuransi ini kan asuransi

tanggung jawab hukum dari perusahaan penerbangan kepada para penumpang. Oleh karena itu diwajibkan oleh Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 77 tahun 2011, jadi program ini wajib. Semua perusahaan penerbangan wajib memiliki asuransi tanggung jawab hukum ini.

Hasil terakhir menunjukkan dari asuransi Jasindo baru ada empat orang yang sudah menerima dari 156 penumpang. Selain dia menyerahkan akte kematian terus akta ahli waris itu biasanya dia harus tanda tangan yang namanya *release and discharge* sehingga tidak akan ada yang gugat. Kemudian juga sudah ada 50 orang yang mau terima uang muka sebesar Rp300 juta.

Kenapa belum semua? Apa yang menjadi kendala dalam pembayaran klaim AirAsia ini?

Sebenarnya tidak ada masalah. Dari sejak awal kejadian saya sudah berhubungan dengan asuransi yang di AirAsia. Saya pernah menargetkan kalau bisa di akhir bulan Januari sudah rampung, tetapi saat Saya berkunjung ke sana persoalan administrasi itu memang tidak mudah.

Sebetulnya persyaratan klaim sederhana saja. Pertama, akta kematian yang mudah



dibuat oleh pemerintah. Namun yang sulit itu adalah akta ahli waris karena sulit untuk menentukan siapa ahli warisnya. Lalu ketika saya datang ke AirAsia banyak keluarga yang belum mau menyerahkan surat-surat keterangan bahwa dia ahli warisnya karena mungkin masih suasana duka, walaupun AirAsia waktu Saya berkunjung ke Polda Jatim dia bikin *crisis center* khusus, kemudian disiapkan notaris kalau mereka ingin mengklarifikasi surat ahli waris atau segala macam.

Kemudian AirAsia bersama Jasindo menjemput bola, misalnya orang ini tinggal di RT sekian dan RW sekian. Kenapa sampai demikian? karena kalau keluarga itu diminta mereka banyak yang menunda-nunda.

Saya berharap pihak keluarga bulan Maret ini mau melengkapi surat-suratnya. Kalau memang harus proses pengadilan, Pemda Jatim sudah menyediakan pengadilan khusus

untuk cepat memutuskan siapa ahli warisnya yang sah. Jadi permasalahannya cuma persoalan administrasi dari pihak keluarga saja. Kalau dari pihak asuransinya sudah siap. Saya sudah menyatakan ini bukan soal pembayaran. Ini persoalannya dibutuhkan surat-surat tentang ahli waris.

Dari sisi pelayanan, apakah perusahaan AirAsia dan pemerintah setempat sudah memberikan pelayanan yang baik kepada keluarga korban?

Sejak kecelakaan mereka membuat *call center* yang terdiri dari orang asuransi, AirAsia, Pemda dan Polda. Menurut Saya *call center* ini cukup bagus. Cukup baguslah pelayanannya di sana, tersedia dokter, psikolog, penasihat agama terus makan gratis selama 24 jam di aula Polda yang disewa, termasuk ketika Saya datang *call center* di hotel itu ada ruangan

yang ada petugas dari AirAsia dan notaris.

Lalu di hotel itu keluarga penumpang semua yang dari Surabaya ataupun luar kota dipersilakan menginap. Setiap keluarga dua kamar, dan itu menurut Saya bagus pelayanan yang diberikannya. Jadi ketika Saya bertemu salah satu keluarga korban, dia merasa cukup senang dengan pelayanan AirAsia yang mengakomodir kebutuhan mereka. Paling tidak mereka tidak repot-repot untuk akomodasi dan sebagainya sambil menunggu jasad keluarganya dari hasil penelitian DNA.

Selain keempat perusahaan asuransi tersebut, adakah perusahaan asuransi lain yang memiliki kewajiban klaim AirAsia? Mohon jelaskan pula jenis pertanggungannya?

Di luar itu ada 16 perusahaan asuransi yang menyatakan memiliki data nasabah dari daftar orang yang ikut naik AirAsia. Dari 16 itu ada macam-macam, ada yang dia punya polis 2-4 orang dan macam-macam. Total nilai pertanggungannya hampir Rp50 miliar dari yang beli polis secara individu, dan itu Saya sudah minta mereka yang menyelesaikan saja, persoalannya sama tentang surat ahli waris itu.

Proses pembayaran klaim asuransi di lapangan belum juga rampung. Padahal momen ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa pihak asuransi menepati janji dalam membayar klaim. Seperti apa arahan OJK terkait hal tersebut?

Tentunya begini kenapa Saya banyak bicara mengenai AirAsia karena Saya juga ingin memperlihatkan kepada masyarakat bahwa asuransi itu sangat penting untuk kita semua. Pasalnya orang bisa saja kalau ada musibah dimanapun dia berada, paling tidak asuransi ini sedikit banyak bisa meringankan beban keluarga yang ditinggalkan. Jadi Saya berbicara terus seperti ini sudah berapa kali di media sejak kejadian di akhir Desember Saya bicara sekaligus mengkampanyekan pentingnya berasuransi.

Perusahaan-perusahaan asuransi juga Saya juga arahkan supaya cepat melakukan pelayanan ya tentunya tetap memperhatikan aspek-aspek administrasi, Saya bilang juga

untuk dipermudah klaimnya kalau perlu tidak usah minta surat kematian karena sudah jelas tidak ada yang ditemukan selamat karena ini bagian dari edukasi masyarakat bahwa memang nilai jiwa orang yang meninggal tidak ternilai tapi paling tidak orang yang membeli asuransi secara sukarela dia akan mendapat jumlah yang lebih besar dibanding dari orang yang tidak membeli asuransi karena orang yang membeli asuransi akan mendapat Rp1,25 miliar sementara yang punya asuransi tambahan dapat Rp1,5 miliar.

Berapa potensi nilai pertanggungannya yang menjadi kewajiban perusahaan asuransi tersebut?

Kalau uang untuk pertanggungannya sudah disiapkan sekitar Rp300 miliar oleh perusahaan asuransi. Sebenarnya kalau untuk 156 orang itu sekitar Rp200 miliar saja tapi kan mungkin ada biaya yang lain-lainnya. Jadi permasalahannya cuma persoalan administrasi dari pihak keluarga saja. Kalau dari pihak asuransinya sudah siap. Saya sudah menyatakan ini bukan soal pembayaran, ini persoalannya dibutuhkannya surat-surat tentang ahli waris.

Bagaimana dampak kecelakaan pesawat AirAsia terhadap kesadaran berasuransi masyarakat?

Saya dengan perusahaan-perusahaan asuransi sudah bilang ini kesempatan kita, maksudnya bukan memanfaatkan. Ya paling tidak kejadian ini bisa menjadi kesempatan kita untuk mempromosikan asuransi, artinya kalau keluarga anda membeli asuransi tambahan barangkali bisa mendapatkan lebih besar. Sebetulnya kita bukan mau mengasuransikan jiwa kita tapi sebetulnya yang diasuransikan itu pertanggunganan pendapatan di hari tua, di hari kemudian dimana kalau kepala keluarga meninggal dimana keluarga akan butuh kehidupan bukan jiwanya yang diasuransikan, Apabila ada tulang punggung keluarga terkena musibah keuangan keluarga jadi tidak terlalu terganggu dengan asuransi.

Bagaimana untuk klaim bagasi korban? Apa itu ditanggung oleh perusahaan asuransi atau AirAsia?

Bisa saja AirAsia yang bayar, biasanya kan ketika membentuk asuransi ini kan AirAsia belinya paket juga dia paketnya adalah dengan *full* seharga kapalnya, harga kapal itu

kalau baru bisa sekitar US\$100 juta, tapi kan dia beli sudah depresiasi sudah berapa tahun misalnya jadi sekitar US\$50-60 juta. Tapi kan itu jatuhnya ke leasornya bukan ke AirAsia karena AirAsia pesawatnya sewa.

Tapi dia dalam polis ada paketnya juga, termasuk ketika *me-rescue* pencarian penumpang jadi AirAsia kan mengeluarkan biaya untuk membantu Basarnas itu sudah disediakan oleh pihak asuransi. Jadi mungkin barang-barang bisa dibayar tapi barang itu dasarnya kiloan dan waktu kita *boarding* itu ada catatannya. Nah kita tidak tahu isinya apa yang terpenting dalam 1 koper yang maksimal beratnya harus 20 kilogram. Kalau 20 kilogram misalnya dibayar sekilonya Rp200.000 tapi didalamnya ada barang-barang penting bisa rugi juga. Jadi memang belum diwajibkan karena itu memang yang lagi dikerjakan oleh kementerian, perusahaan nasional lebih kontribusi lagi termasuk bagasinya.

Saat ini memang yang diwajibkan asuransi cuma dari naik pesawat sampai turun pesawat tapi ke depan kita dorong untuk memperluas cakupan asuransi tidak hanya saat di pesawat tetapi juga saat dia (penumpang) menuju bandara hingga keluar bandara.

Misalnya ada pesawat yang terlambat atau *delay*. Sekarang kan kalau *delay* di atas 4 jam akan diberi Rp300.000. Jadi kalau seperti itu perusahaan asuransi saja yang tanggung. Jadi kita dorong perusahaan asuransi agar paket asuransinya itu mulai dari sampai di bandara bukan sekadar di dalam pesawat. Lagipula kemungkinan risiko di bandara kan juga tetap ada, mulai dari hilang bagasi, tiba di bandara sampai keluar bandara atau ada *delay* itu semua akan mendapat asuransi. Sekarang banyak perusahaan penerbangan lebih melengkapi, apalagi kasus kemarin yang *delay* Lion Air jadi banyak perusahaan penerbangan yang menanyakan ke asuransi "bagaimana kalau kita beli yang lebih komprehensif bisa tidak?"

Kalau begitu bagaimana dengan kesiapan dari perusahaan asuransinya sendiri untuk membuat paket yang lebih komprehensif itu?

Siapa kok. Saya sarankan mereka membentuk konsorsium asuransi saja terdiri dari perusahaan asuransi umum dan asuransi jiwa karena kemungkinan risiko yang terjadi dari tiba di bandara sampai keluar bandara. Misalnya dia meninggal serangan jantung sebelum naik pesawat itu kan termasuk asuransi jiwa. Terus juga kecelakaan pesawat

Hasil terakhir menunjukkan dari asuransi Jasindo baru ada empat orang yang sudah menerima dari 156 penumpang. Selain dia menyerahkan akte kematian, akta ahli waris itu biasanya dia harus tanda tangan yang namanya *release and discharge* sehingga tidak akan ada yang gugat

jatuh itu kan bisa asuransi jiwa dan juga bisa asuransi mutual. Kemudian dengan beberapa perusahaan asuransi umum dan jiwa juga bisa menampung risiko dalam jumlah yang lebih banyak dibanding dengan satu perusahaan saja. Jadi ini sekaligus bagian dari program OJK untuk memiliki daya tampung yang lebih besar.

Mengapa hingga kini Indonesia belum menandatangani Montreal Convention?

Sebetulnya apa yang dilakukan oleh pemerintah melalui Menteri Perhubungan mewajibkan semua perusahaan penerbangan mengasuransikan penumpangnya. Itu kan memang sudah merupakan kewajiban yang mana diatur oleh International Convention. Misalnya sebesar Rp1,250 miliar pada waktu 2009. Namun sebenarnya begini, kita itu harusnya mengikuti *Montreal Convention*. Di sana dikatakan kalau dikonversi ke dolar itu sebesar US\$1500 dan mungkin waktu tahun 2009, dolar masih Rp9.000-an, sehingga dirupiahkan jadi Rp1,250 miliar.

Nah sekarang dolarnya sudah Rp13.000. Jadi orang merasa kok lebih kecil padahal sekarang mungkin bisa dapat Rp2 miliar. Walaupun kita belum menandatangani *Montreal Convention* itu, kalau ada penumpang AirAsia yang belinya di luar Indonesia mereka harusnya akan mendapatkan US\$1500. Saya juga belum tahu kenapa pemerintah belum menandatangani itu, padahal dengan menandatangani itu juga tidak ada beban bagi APBN karena preminya dari operator penerbangan. **OJK**

UU PERASURANSIAN

PENYEMPURNAAN
PENGATURAN UNTUK
PERASURANSIAN**Payung hukum asuransi yang baru telah hadir. Ada tujuh ketentuan baru yang diatur dalam UU Perasuransian 2014. Apa saja?**

Setelah menunggu cukup lama, industri perasuransian akhirnya memiliki payung hukum baru. Pada 17 Oktober 2014, parlemen akhirnya mengesahkan Undang-Undang Usaha Perasuransian Nomor 40 Tahun 2014. Lahirnya Undang-Undang (UU) ini untuk menggantikan UU yang lama yakni UU Perasuransian Nomor 2 Tahun 1992 yang dinilai sudah tidak lagi sesuai dengan perkembangan industri perasuransian saat ini. Harapannya, UU Usaha Perasuransian yang baru dapat mendukung industri asuransi dalam mengembangkan bisnisnya dan juga dapat melindungi kepentingan masyarakat pengguna jasa asuransi.

Berdasarkan catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ada beberapa perubahan pokok yang terdapat pada UU Usaha Perasuransian Nomor 40 Tahun 2014. Jumlah pasal dalam UU yang baru relatif lebih banyak daripada UU pendahulunya. Dalam UU yang baru ini terdapat 92 pasal dan 18 bab, lebih banyak jika dibandingkan dengan UU sebelumnya yang terdiri dari 28 pasal dan 13 bab.

Sejumlah poin yang mengalami perbedaan adalah pertama, mengenai konsultan aktuarial. Dalam UU yang baru

disebutkan bahwa konsultan aktuarial tidak lagi merupakan usaha perasuransian, melainkan sebagai salah satu profesi penyedia jasa bagi perusahaan perasuransian. Oleh karena itu, aktuarial harus terdaftar pada OJK.

Perbedaan yang kedua terkait bentuk badan hukum perusahaan asuransi. Pada UU yang lama, badan hukum perusahaan asuransi terdiri dari perusahaan perseroan, koperasi, perseroan terbatas dan usaha bersama (mutual). Namun pada UU yang baru, perusahaan asuransi wajib berbadan hukum perseroan terbatas, koperasi dan usaha bersama. Khusus untuk perusahaan asuransi baru dengan badan hukum usaha bersama akan didorong untuk menjadi koperasi. Selanjutnya, usaha bersama diberikan waktu paling lama 3 (tiga) tahun untuk menyesuaikan dengan ketentuan dalam UU yang baru.

Perbedaan yang ketiga adalah tentang kepemilikan perusahaan perasuransian. UU yang sebelumnya, tidak mengatur mengenai kepemilikan dari badan hukum Indonesia yang menjadi pendiri perusahaan perasuransian, perusahaan patungan, dan kriteria perusahaan asing yang menjadi induk dari perusahaan patungan. Dalam UU yang baru, pendiri perusahaan yang berbadan



“Program penjaminan pemegang polis harus diselesaikan dalam waktu tiga tahun, sedangkan PP dan POJK akan dituntaskan dalam kurun waktu dua tahun sejak berlakunya UU”

pada perusahaan asuransi terafiliasi. Berdasarkan identifikasi yang dilakukan di dalam UU Nomor 40 Tahun 2014, OJK menyebutkan terdapat beberapa ketentuan yang memerlukan pengaturan lebih lanjut. Pengaturan tersebut nantinya akan dituangkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK). Namun, untuk menyusun pengaturan yang lebih lanjut, OJK akan melakukan koordinasi dengan Kementerian Keuangan terlebih dahulu.

Deputi Komisioner Pengawas Industri Keuangan Non Bank (IKNB) OJK, Dumoly F. Pardede mengungkapkan salah satu ketentuan yang memerlukan pengaturan lebih lanjut adalah mengenai program penjaminan pemegang polis. Selain itu, ada sekitar 41 ketentuan lagi yang akan diatur lebih lanjut dalam PP maupun POJK. “Program penjaminan pemegang polis harus diselesaikan dalam waktu tiga tahun, sedangkan PP dan POJK akan dituntaskan dalam kurun waktu dua tahun sejak berlakunya UU,” kata Dumoly.

Perkembangan asuransi dan terciptanya integrasi di sektor keuangan saat ini memang membutuhkan pengaturan yang sesuai. Penguatan pengaturan ini, tambah Dumoly, pada dasarnya ditujukan untuk memperbaiki struktur pasar agar menjadi semakin kokoh, efisien, dan lebih transparan sehingga memberikan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

OJK berharap UU yang baru dapat menjadi pedoman regulator dan industri dalam mendorong kemajuan industri asuransi, baik dalam hal penguatan industri maupun peningkatan daya saing dalam menghadapi kompetisi di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). “Kami (OJK) akan berupaya agar pengaturan dapat segera diterbitkan. Beberapa pengaturan mungkin dapat segera dirilis tahun ini,” tandas Dumoly. **OJK**

hukum Indonesia harus dimiliki secara langsung atau tidak langsung oleh Warga Negara Indonesia (WNI). Untuk perusahaan patungan, perusahaan induknya (asing) harus memiliki anak usaha yang bergerak di bidang usaha perasuransian yang sejenis. Sementara itu, UU baru juga mengatur bahwa Warga Negara Asing (WNA) dapat menjadi pemilik perusahaan perasuransian patungan melalui transaksi di bursa efek.

Perbedaan yang terakhir atau keempat adalah soal likuidasi. UU Perasuransian sebelumnya tidak mengatur tindak lanjut dari pencabutan izin usaha perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi. Permasalahan ini ada pengaturannya dalam UU yang baru. Disana disebutkan bahwa setelah pencabutan izin usaha, maka paling lambat 30 hari sejak proses pencabutan izin usaha, perusahaan asuransi dan reasuransi yang dicabut izinnya wajib menyelenggarakan

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk memutuskan pembubaran badan hukum perusahaan dan membentuk tim likuidasi. Namun, jika perusahaan asuransi tidak dapat menyelenggarakan RUPS, atau RUPS tidak berhasil memutuskan pembubaran badan hukum perusahaan dan tidak berhasil membentuk tim likuidasi, maka OJK yang akan memutuskan pembubaran badan hukum perusahaan dan membentuk tim likuidasi.

Dalam UU No. 40 Tahun 2014 juga terdapat 7 (tujuh) hal baru yang diatur. Pertama, ketentuan mengenai pengendali. Kedua, ketentuan mengenai Pemegang Saham Pengendali (PSP). Ketiga, ketentuan mengenai program asuransi wajib. Keempat, ketentuan mengenai Penjaminan Polis. Kelima, ketentuan mengenai pengelola statute. Keenam, ketentuan mengenai asuransi syariah. Terakhir, ketentuan mengenai larangan penempatan asuransi

TUJUH PASAL BARU DI UU USAHA PERASURANSIAN

TOPIK	URAIAN
Ketentuan mengenai Pengendali	Perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah wajib menetapkan paling sedikit 1 (satu) pengendali. Pengendali wajib ikut bertanggung jawab atas kerugian perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah yang disebabkan oleh pihak dalam pengendaliannya
Ketentuan Pemegang Saham Pengendali	Setiap pihak hanya dapat menjadi pemegang saham pengendali pada 1 (satu) perusahaan perasuransian yang sejenis. Bagi pemegang saham pengendali yang memiliki lebih dari 1 (satu) perusahaan perasuransian maka wajib menyesuaikan dengan ketentuan dalam undang-undang paling lama 3 (tiga) tahun
Program Asuransi Wajib	Program asuransi wajib harus diselenggarakan secara kompetitif. Pihak yang menyelenggarakan program asuransi wajib harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan OJK
Penjaminan Polis	Perusahaan asuransi dan perusahaan asuransi syariah wajib menjadi peserta program penjaminan polis. Penyelenggaraan program penjaminan polis diatur dengan undang-undang
Pengelola Statuter	<p>Pengelola Statuter adalah orang perseorangan atau badan hukum yang ditetapkan OJK sebagaimana dimaksud dalam undang-undang mengenai Otoritas Jasa Keuangan. Pengelola Statuter mempunyai tugas antara lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> Menyelamatkan kekayaan dan/atau kumpulan dana peserta perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah; Menyusun langkah-langkah apabila perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah tersebut masih dapat diselamatkan; Mengajukan usulan agar OJK mencabut izin usaha perusahaan asuransi, perusahaan asuransi syariah, perusahaan reasuransi, atau perusahaan reasuransi syariah apabila perusahaan tersebut dinilai tidak dapat diselamatkan Melaporkan kegiatannya kepada OJK
Asuransi Syariah	Usaha asuransi syariah dan reasuransi syariah harus diselenggarakan oleh entitas tersendiri (<i>full fledge</i>). Perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi yang memiliki unit syariah dengan nilai dana tabarru' dan dana investasi peserta telah mencapai paling sedikit 50% dari total nilai dana asuransi, dana tabarru', dan dana investasi peserta pada perusahaan induknya atau 10 tahun sejak diundangkannya UU Perasuransian, maka perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi tersebut wajib melakukan pemisahan unit syariah (<i>spin off</i>) menjadi perusahaan asuransi syariah atau perusahaan reasuransi syariah.
Larangan penempatan asuransi pada perusahaan asuransi terafiliasi	Perusahaan pialang asuransi dilarang menempatkan penutupan asuransi atau penutupan asuransi syariah pada perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah yang merupakan afiliasi dari pialang asuransi atau perusahaan pialang asuransi yang bersangkutan.

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan



KOLABORASI OJK DENGAN JFSA DALAM PENGAWASAN LJK

Kerjasama antara OJK dan JFSA meliputi dua hal yaitu operational cooperation dan supervisory cooperation. Apa saja kepentingan kerjasama ini?

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sepakat melakukan perjanjian kerjasama di bidang pengawasan lembaga jasa keuangan (LJK) dengan Financial Services Agency of Japan (JFSA). Perjanjian kerjasama itu ditandai dengan penandatanganan naskah kerjasama oleh Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D. Hadad dan Komisiner JFSA Kiyoshi Hosomizo.

Naskah kerjasama ini merupakan kesepakatan tahap ketiga yang merupakan perluasan dari naskah kerjasama sebelumnya.

Ketua Dewan Komisiner OJK mengatakan bahwa kerjasama antara OJK dengan JFSA ini dapat dikategorikan dalam dua kelompok yaitu *operational cooperation* dan *supervisory cooperation*. "Untuk *operational cooperation* telah ditandatangani pada 30 Oktober 2013 dan 13 Juni 2014. Cakupan naskah kerjasama *operational cooperation* ini meliputi peningkatan kemampuan pengawasan di bidang industri keuangan non-bank dan pasar modal, serta kerjasama di bidang perbankan. Sedangkan kerjasama *supervisory cooperation* mencakup kerjasama mekanisme pengawasan lintas batas bagi seluruh sektor lembaga keuangan," kata Muliaman.

Sebagaimana diketahui bahwa

keberadaan lembaga jasa keuangan Jepang di Indonesia dan lembaga keuangan Indonesia di Jepang sudah cukup lama (*cross-border establishment*). Dalam kegiatan pengawasan lintas batas ini, pengawas bagi lembaga keuangan asing (*host supervisor*) seringkali membutuhkan informasi dari kantor pusat/ induk usaha dari lembaga keuangan tersebut.

Informasi yang dimaksud dapat diperoleh dari pengawas lembaga keuangan di tempat asal (*home supervisor*). Untuk kepentingan efektifitas pengawasan, diperlukan adanya mekanisme kerjasama yang menjamin bahwa arus pertukaran informasi tidak memiliki hambatan di kedua belah pihak. Kelancaran pertukaran informasi ini diperlukan agar tindakan pengawasan dapat berlangsung secara cepat dan efektif.

"Kerjasama yang dibuat antara OJK dan JFSA tetap menjunjung tinggi semangat timbal balik dan menguntungkan kedua belah pihak, sebagaimana diamanatkan oleh UU Nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Selain itu, sebagaimana naskah kerjasama lainnya, dokumen ini merupakan sebuah *gentlemen agreement*

yang kedudukannya tetap berada di bawah kerangka hukum yang berlaku di kedua Negara," jelas Muliaman.

Pelajari Asuransi Bencana Alam di Jepang

Saat berkunjung ke Jepang, OJK juga berkomunikasi dengan asosiasi asuransi di Jepang. OJK melakukan pertemuan dengan *General Insurance Association of Japan* untuk berbagi informasi mengenai implementasi dan pengalaman perasuransian bencana alam. Jepang sebagai negara yang cukup kerap mengalami gangguan alam seperti gempa dan tsunami tentunya cukup berpengalaman dalam penanganan perasuransian bencana. Begitu Indonesia yang memiliki karakter bencana yang mirip dengan Jepang.

Menurut Ketua Dewan Komisiner OJK Muliaman D Hadad, kondisi geografis Jepang juga tidak jauh berbeda dengan Indonesia, sehingga cocok bila asuransi bencana di Jepang bisa diaplikasikan di Indonesia.

"Kita ini berada di *ring of fire* jadi kita itu mirip dengan Jepang. Di sana banyak gempa,



tsunami di sini juga ada. Makanya perlu membangun asuransi bencana dan di sana (Jepang) sudah ada," kata Muliaman.

Muliaman menjelaskan penerapan asuransi di Jepang didukung dengan data gempa di setiap wilayah, sehingga hal tersebut memudahkan perusahaan asuransi untuk mendata wilayah rawan gempa dan proses klaim asuransi.

"Indonesia perlu belajar kepada Jepang yang memiliki data historis gempa sejak beberapa tahun yang lalu berikut dampaknya. Makanya kita janji akan mendalami asuransi bencana ini agar konsep dasarnya memadai, secara komersial juga," katanya.

Untuk membuat konsep tersebut, Muliaman mengatakan pihaknya akan mengajak pemerintah untuk berpartisipasi dalam asuransi bencana tersebut. "Kita juga mengundang pemerintah masuk ke dalam, mematangkan pengembangan asuransi bencana agar *sustainable*, tidak bisa industri dibiarkan sendiri jadi harus ada partisipasi pemerintah atau pihak lain," jelasnya.

Bentuk dukungan dari Pemerintah ini juga perlu diciptakan, misalnya mekanisme reasuransi kepada pemerintah ataupun bentuk lainnya. Sementara itu sejalan dengan program Pemerintah Indonesia untuk membuka layanan jasa keuangan masyarakat sebesar-besarnya, OJK menilai diperlukan juga pengayaan jasa layanan melalui Kantor Pos.

Japan Post Holdings Co., Ltd (JPH) sebagai sebuah badan usaha milik negara yang memiliki jaringan sebanyak 24.000 kantor, sudah menjadi *role model* dari operasional perusahaan pos dunia yang sangat menarik untuk dipelajari. JPH juga memiliki anak usaha yang bergerak di bidang keuangan yaitu *Japan Post Bank Co., Ltd* (JPB) dan *Japan Post Insurance Co., Ltd* (JPI).

"Yang menarik untuk dikaji dari JPH adalah selain aspek operasionalisasi, juga mekanisme pengawasan oleh JFSA. *Business model* dari JPB dan JPI cukup unik dan berbeda dengan aktivitas perbankan dan asuransi biasa. Dengan demikian, model pengawasan untuk JPH juga akan berbeda dari pengawasan lembaga keuangan lainnya," pungkasnya.

Banyak hal dapat diserap dan menjadi perbandingan implementasi jasa keuangan dengan Jepang. Memperkuat kerjasama dengan Jepang dapat menjadi titik tolak penyempurnaan industri jasa keuangan di Indonesia. **OJK**



MEMILIH PRODUK TABUNGAN ANAK

Anak-anak perlu dibekali pemahaman akan produk keuangan sejak dini melalui menabung. Saat ini ada beberapa bank yang memiliki produk tabungan khusus untuk anak-anak. Seperti apa produk dan fiturnya?

Menumbuhkan budaya menabung. Slogan ini mungkin sudah sering kita dengar. Namun, pernahkah kita memperhatikan pesan yang sangat krusial dalam slogan tersebut, terutama untuk anak-anak. Dengan mengajarkan menabung sejak dini, berarti orang tua melatih anak untuk mempersiapkan masa depannya. Ajakan ini bisa dilakukan melalui cara-cara sederhana, seperti menyetorkan uang jajan untuk ditabung.

Saat ini, banyak orang tua mengajarkan anak menabung melalui media “celengan”. Cara ini bagus namun mungkin ada baiknya orang tua juga mengajari anak menabung dengan cara-cara yang lebih menarik perhatian sang anak. Misalnya, dengan mengenalkan anak-anak ke bank. Sebab, memberikan pembekalan finansial secara formal kepada anak-anak akan mempengaruhi pemahaman finansial anak di masa depan.

Menabung di bank akan membiasakan anak-anak familiar dengan bank dan produk-produk keuangan lainnya. Sebab, bank kini

tidak hanya menyediakan produk perbankan, tetapi juga asuransi dan investasi. Sehingga pada saat mereka dewasa, mereka terbiasa menggunakan produk-produk keuangan yang banyak ditawarkan bank yang mungkin akan sangat membantu mereka dalam merencanakan keuangan yang lebih optimal di masa depan.

Sejalan dengan perkembangannya, kini sudah banyak kita temui bank-bank yang menawarkan produk khusus untuk anak-anak. Produknya tentu saja masih sebatas produk tabungan dengan fitur yang disesuaikan dengan usia, kebutuhan dan pemahaman anak-anak.

Umumnya, produk tabungan anak-anak yang ditawarkan bank didesain semenarik dan seunik mungkin. Hal itu dilakukan untuk menggugah ketertarikan anak menggunakan produk tabungan. Selain memiliki desain yang menarik, fitur dalam produk tabungan anak biasanya hampir sama di setiap bank, seperti bebas administrasi, dan dilengkapi kartu ATM yang juga didesain menarik.

Tiap-tiap bank umumnya menerapkan persyaratan yang hampir sama untuk membuka produk tabungan anak. Biasanya, dokumen yang dibutuhkan adalah akta kelahiran, kartu pelajar dan/atau kartu keluarga, serta kopian KTP orang tua. Selain itu, pihak bank biasanya mempersyaratkan agar orang tuanya juga memiliki rekening tabungan di bank tersebut, agar orang tua dapat memonitor tabungan si anak. Caranya, bisa dengan menghubungkan rekening tabungan anak ke tabungan orang tua dalam fasilitas *internet banking*. Adapula fitur *monitoring* berupa *short message service* (SMS) notifikasi ke telepon seluler orang tua. Oleh karena itu, orang tua biasanya juga diminta untuk menjadi nasabah di bank tersebut.



Saat ini, ada beberapa pilihan produk tabungan anak yang ditawarkan oleh bank-bank besar, baik bank BUMN maupun bank swasta. Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki produk tabungan khusus anak bernama BriTama Junio. Untuk menarik minat anak-anak, buku tabungan BriTama Junio didesain dengan sampul bergambar karakter. Begitu juga dengan kartu ATM/Debit *limited edition* yang juga di desain berkarakter kartun. Ada tiga pilihan desain yang ditawarkan, yakni Superman, Tom & Jerry dan Tweety.

BriTama Junio mensyaratkan setoran awal sebesar Rp250.000 dan bebas administrasi pengelolaan rekening. Anak-anak yang menjadi nasabah BriTama Junio akan diberikan kartu ATM secara gratis. Selain itu, produk ini juga dilengkapi dengan perlindungan asuransi hingga Rp150 juta.

Satu lagi bank pelat merah yang juga memiliki produk tabungan khusus anak, yakni PT Bank Negara Indonesia (BNI). Produk tabungan anak di BNI diberi label BNI Taplus Anak. BNI Taplus Anak juga menawarkan desain dengan ciri khas anak-anak. Uniknya, kartu ATM pada BNI Taplus Anak bisa di buat dengan desain foto anak itu sendiri.

BNI Taplus anak mensyaratkan setoran awal sebesar Rp100.000 dan membebaskan biaya administrasi pengelolaan rekening. Melalui fitur yang ditawarkannya, BNI Taplus Anak memungkinkan orang tua mengedukasi anak untuk melakukan transaksi perbankan, seperti bertransaksi dengan ATM, *SMS Banking*, atau langsung di *teller* bank, yang tentu saja dengan pengawasan orang tua.

BII Maybank juga menyediakan produk tabungan anak. Produk tabungan khusus anak BII Maybank diberi nama BII Superkidz. Seperti produk tabungan anak lainnya, BII Superkidz juga bebas biaya administrasi bulanan dan dilengkapi dengan kartu ATM. Kartu ATM BII Superkidz menawarkan dua pilihan desain menarik untuk menggugah ketertarikan anak menabung, yakni desain karakter Barbie

dan Hot Wheels. Untuk melengkapi layanan BII Superkidz, BII Maybank juga memiliki BII Superkidz Center, sebuah *bus banking* atau mobil keliling yang didesain khusus untuk memfasilitasi komunikasi antara BII dengan anak-anak.

Produk tabungan anak yang juga cukup diminati adalah PermataBintang dari PermataBank. Produk ini memilih desain karakter Disney sebagai ciri khas produknya. Anak-anak yang membuka rekening PermataBintang akan mendapatkan *Disney Toys Magnet* yang tersedia dalam pilihan karakter, yakni Cars, Princess, Winnie The Pooh dan Mickey Mouse.

CIMB Niaga juga tak ketinggalan ikut menyediakan produk tabungan khusus anak. Nama produknya adalah Tabungan Junior CIMB Niaga. Senada dengan bank lain yang memunculkan desain karakter anak-anak pada produk tabungan anaknya, CIMB Niaga juga mendesain karakter anak-anak pada kartu ATM Tabungan Junior. Desain yang dipilih adalah kartun SpongeBob Squarepants.

Tidak sekadar tabungan, nasabah Tabungan Junior CIMB Niaga juga diberikan manfaat perlindungan asuransi jiwa karena kecelakaan dengan uang pertanggungan mencapai dua kali saldo rata-rata harian rekening (SRH). Maksimal uang pertanggungan asuransinya dapat mencapai Rp200 juta. Untuk mendapatkan manfaat asuransi ini, SRH-nya minimal harus mencapai Rp500 ribu pada bulan terakhir sebelum terjadinya risiko kematian. Selain itu, karena produk ini khusus untuk anak-anak, maka terdapat fitur limit penarikan perhari yang disesuaikan dengan usia anak-anak.

Format berbeda ikut ditawarkan OCBC NISP dalam menyediakan produk tabungan khusus anak. Untuk menarik minat anak-anak menabung, produk tabungan anak OCBC NISP yang diberi nama “Mighty

Savers” menawarkan beragam program dan permainan edukatif berupa kartu *sticker* dan *badges* (pin). Permainan ini ditujukan untuk membantu anak-anak belajar menabung sambil bermain.

Ada lima kelebihan Mighty Savers, yaitu pertama, *Mighty Edu Gift*, yakni program-program dan hadiah edukatif yang sangat tepat untuk memotivasi pengembangan bakat dan pengetahuan anak-anak, termasuk *social care* anak-anak. Kedua, *Mighty Insurance*, yakni Perlindungan asuransi jiwa dan rawat inap. Ketiga, *Mighty Free Admin* yang artinya bebas biaya administrasi. Keempat,

Mighty Intelligence, yakni layanan analisa sidik jari gratis untuk kecerdasan anak.

Dan kelima, *Mighty Currency*, yaitu 3 pilihan mata uang dalam Mighty Savers, yakni rupiah, Dolar Singapura, dan Dolar Amerika.

Mengajarkan budaya menabung sekali lagi sangat penting bagi anak-anak.

Edukasi mengenai literasi keuangan sejak dini kini sudah menjadi tren di dunia. Berdasarkan data MasterCard, penetrasi dari kelompok remaja (usia 15-25 tahun) yang memiliki tabungan baru mencapai 47,9% dari total populasi anak-anak di seluruh dunia yang mencapai 2,2 miliar. Edukasi literasi keuangan untuk anak-anak diharapkan dapat mendorong jumlah anak-anak agar gemar menabung.

Edukasi keuangan sejak dini ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah anak yang memiliki akses ke bank, sehingga, ketika ia dewasa nanti tumbuh menjadi masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang baik. Tanpa pemahaman yang baik soal literasi keuangan maka seseorang akan kesulitan merencanakan dan mengelola keuangan mereka. Penting memberdayakan anak-anak menjadi warga negara ekonomi produktif yang memiliki pemahaman yang baik soal literasi keuangan, sehingga mereka bisa mengembangkan akses produk dan layanan keuangan yang cocok untuk kebutuhan mereka di masa depan. **OJK**





JANGAN TAKUT BERINVESTASI!



Menyiapkan masa depan yang lebih baik dapat dilakukan dengan berinvestasi. Namun dalam berinvestasi harus tetap berpegang teguh prinsip kehati-hatian. Jangan sampai termakan “janji-janji surga”.

Saepul berinisiatif untuk menghubungi layanan *call center* Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada nomor telepon 1500655 untuk memastikan perusahaan yang menawarinya untuk berinvestasi terdaftar sebagai perusahaan yang memiliki izin menghimpun dana masyarakat dan pengelolaan investasi. Ia mengambil langkah ini untuk mengantisipasi kesalahan yang pernah dilakukan oleh teman-temannya yang salah menempatkan dana investasi. Bukannya mendapatkan keuntungan dari dana yang ditempatkan tersebut tapi justru kerugian yang diterima.

Langkah yang dilakukan Saepul tersebut adalah langkah yang paling mudah untuk mendapatkan informasi penempatan investasi. Ia berusaha tidak ceroboh dalam menempatkan dananya. Ia menimbang

berbagai aspek. Ia tidak gegabah meski tawaran investasi yang diterimanya menggiurkan. Saepul lebih memilih untuk mencari informasi lebih detail tentang perusahaan yang menawarinya investasi.

Tertipu investasi dengan iming-iming pendapatan yang besar sudah banyak terjadi. Masyarakat seringkali gelap mata saat mendengar investasi dengan imbal hasil yang menggiurkan. Padahal belum tentu investasi tersebut akan memberikan keuntungan seperti apa yang dijanjikan. Oleh karena itu, belajar dari kasus-kasus yang pernah terjadi, sudah semestinya masyarakat dapat mengambil hikmah dan belajar dari kasus-kasus tersebut. Masyarakat harusnya memeriksa secara mendalam perusahaan yang menawarinya berinvestasi, jenis produk investasi yang ditawarkan hingga imbal hasil yang ditawarkan. Apabila belum cukup yakin

Jenis Produk Investasi yang Diawasi OJK

A. Perbankan

1. Tabungan
2. Deposito
3. Giro

B. Manajer Investasi

1. Investasi Kolektif
2. Investasi individual
3. Dalam portfolio efek/investasi lainnya

C. Perusahaan Asuransi

D. Dana Pensiun



Tips Menghindari Penipuan Investasi

1. Pastikan bahwa orang/perusahaan yang menawarkan produk investasi telah memiliki izin sesuai dengan peruntukannya, seperti dari OJK, BI dan Bappebti;
2. Jangan tergiur dengan janji keuntungan yang tidak wajar;
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) bukan izin untuk melakukan penghimpunan dana masyarakat dan pengelolaan investasi;
4. Laporkan jika terdapat penghimpunan dana dan pengelolaan investasi yang mencurigakan.

dengan analisisnya sendiri, masyarakat dapat meminta bantuan seperti yang dilakukan oleh Saepul. Selain itu, dapat pula menghubungi Satgas Waspada Investasi.

Ada sejumlah hal yang harus diperhatikan oleh masyarakat saat akan melakukan investasi. Karakter investasi yang sering ditawarkan kepada masyarakat dan pada akhirnya menimbulkan masalah hukum sebagai berikut ini:

1. Menjanjikan manfaat investasi atau keuntungan besar atau tidak wajar;
2. Ditawarkan secara *online*, tidak jelas domisili usaha dan tidak dapat berinteraksi secara fisik;
3. Dana masyarakat dikelola/diinvestasikan kembali pada proyek di luar negeri;
4. Jika terdapat *underlying* berupa barang, maka harga barang tersebut tidak wajar jika dibanding dengan barang sejenis dijual di pasar;
5. Sifat "berantai, *member get member*",

6. Menggunakan *public figur*, pejabat, tokoh agama, dan penegak hukum;
7. Menjanjikan bonus barang mewah dan tur ke luar negeri;
8. Mengaitkan antara investasi/*charity*/ibadah;
9. Memberi kesan seolah-olah bebas risiko;
10. Tidak memiliki izin usaha atau memiliki izin usaha tetapi tidak sesuai dengan kegiatan usaha yang dilakukan;
11. Memberi kesan seolah-olah dijamin atau berafiliasi dengan perusahaan besar/multinasional.

Fenomena-fenomena tersebut dapat menjadi penimbang sebelum masyarakat menginvestasikan dananya. Pasalnya, itulah fenomena yang sejauh ini dilakukan oleh oknum-oknum untuk meraih dana masyarakat dan meninggalkan kerugian

kepada masyarakat.

Masyarakat juga dapat memastikan tidak usah menimbang banyak hal apabila perusahaan-perusahaan yang menawarkan investasi tidak memiliki izin. Pasalnya, sudah dapat dipastikan produk yang ditawarkan pun tidak aman bagi masyarakat. Apabila ada bank, manajer investasi, perusahaan asuransi, koperasi dan perusahaan berjangka yang tidak memiliki izin menawarkan investasi maka tidak perlu berpikir panjang lebar untuk menolak tawaran investasi tersebut.

Namun masyarakat juga jangan terlalu khawatir untuk melakukan investasi. Pasalnya dengan perencanaan keuangan yang benar dan tepat akan memberikan masa depan yang lebih baik. Hanya saja masyarakat harus selalu waspada terhadap berbagai tawaran investasi. Praktisi Keuangan Elvyn G. Masassy pernah menyebutkan bahwa investasi adalah cara yang paling masuk akal untuk memupuk kekayaan. Investasi adalah tahapan paling akhir sebelum menuju posisi *owner*, dalam anak tangga kebebasan finansial. Lebih melakukan investasi daripada memilih jalan pintas untuk memperoleh pendapatan, seperti melakukan korupsi, menunggu warisan atau bermain lotere dan sejenisnya.

Selain contoh kegagalan berinvestasi karena salah pilih perusahaan dan produk yang tidak berijin, banyak pula contoh keberhasilan dari berinvestasi. Jika investasi dilakukan secara baik dan benar, terencana dan konsisten, disiplin dan sabar maka hasilnya akan memuaskan. Namun sebaliknya jika dilakukan tidak tepat dan benar.

Oleh karena itu, masyarakat harus memperhatikan sejumlah hal (Lihat boks Tips Menghindari Penipuan Investasi). Agar tidak sesat investasi, Elvyn juga pernah menyebutkan agar masyarakat mencermati imbal hasil yang ditawarkan. Menurutnya omong kosong jika ada sebuah lembaga mampu memberikan imbal hasil jauh di atas rata-rata pasar tanpa ada risiko di balik investasi yang dilakukannya. Contohnya, jika tingkat bunga deposito yang berlaku di pasar adalah sebesar 10% p.a. tapi ada lembaga yang menawarkan 40% p.a. Ini adalah hal aneh di balik imbal hasil tersebut. Alih alih "bisnis model" dari pola pengelolaan investasi yang ditawarkan tidak transparan.

Itulah sekelumit yang dapat menjadi referensi agar investasi tidak tersesat dan berbuah pendapatan yang memuaskan. Selamat berinvestasi! **OJK**

Karakteristik Produk Investasi Perbankan

A. Produk Klasik

Investor menyetor dana kepada perbankan dalam bentuk simpanan yang:

1. Dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan;
2. Hanya dapat ditarik pada waktu tertentu atau sesuai perjanjian;
3. Hanya dapat ditarik menurut syarat tertentu yang disepakati;
4. Menjanjikan manfaat berupa bunga/nisbah.

B. Produk Lain yang Lazim

1. Investor menyetor dana ke perbankan dengan memperoleh surat pengakuan utang dari perbankan;
2. Investor menyetor dana ke perbankan dengan membeli surat berharga (SBI, obligasi, SPN, surat utang kurang dari satu tahun);
3. Pengelolaan dana investor melalui program *wealth management*;
4. *Hybrid product* seperti *unit link*, reksa dana, *bancassurance*, dll

C. Apa yang harus diketahui?

1. Perizinan sebagai bank dari OJK (sebelumnya oleh Kementerian Keuangan atau Bank Indonesia);
2. Perizinan bank sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana;
3. Perizinan bank sebagai pemasar produk asuransi (*bancassurance*);
4. Kedudukan/hubungan hukum bank dengan produk bank yang dipasarkan atau produk non-bank yang dipasarkan bank (misal *unit link* dan *bancassurance*)



Karakteristik Produk Investasi Pasar Modal

A. Sebagai investor mandiri

Investor melakukan jual beli surat berharga (Efek) melalui mekanisme pasar modal:

1. Keputusan di tangan investor (order jual/beli dari investor);
2. Perusahaan Efek, Lembaga Kliring dan Penjaminan, Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian serta Bursa Efek bertindak sebagai *intermediaries* dalam melaksanakan *order* investor;
3. Meskipun kekayaan investor disimpan pada Rekening Efek pada Kustodian (Perusahaan Efek, Bank Kustodian atau Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian) tetapi kekayaan tersebut terpisah dari kekayaan Kustodian;
4. Investor membuat kerjasama dengan Manajer Investasi untuk pengelolaan dana secara individual;
5. Biasanya *sophisticated* investor;
6. Peran Manajer Investasi dalam pengelolaan tergantung pada investor

B. Sebagai investor yang mempercayakan pengelolaan dana kepada Manajer Investasi

1. Investor melakukan jual beli berbagai jenis surat berharga (Efek) secara tidak langsung;
2. Membeli produk Unit Penyertaan Reksa Dana yang berisi berbagai macam jenis Efek;
3. Pemilihan jenis efek dilakukan oleh Manajer Investasi;
4. Nilai investasi tergantung pada harga pasar efek di pasar modal.

C. Apa yang harus diketahui?

1. Perizinan sebagai Perusahaan Efek/Manajer Investasi dari OJK (sebelumnya oleh Bapepam-LK);
2. Nama dan persetujuan OJK kepada Bank Kustodian;
3. Informasi *real time* dari efek yang akan dijual atau dibeli;
4. Komposisi Unit Penyertaan Reksa Dana yang ditawarkan;
5. Pejaminan transaksi efek bukanlah penjaminan atas kerugian yang timbul karena risiko pasar (tidak seperti penjaminan dana nasabah perbankan oleh LPS);
6. Pastikan memiliki SID sehingga setiap saat dapat memantau isi rekening Efek.



Sekarang, investor (pemula) banyak diberikan pilihan dan kemudahan dalam berinvestasi. Namun pemahaman produk dan profil risiko harus masyarakat pahami.

lock-in seperti unit link. Investor dapat memperoleh informasi mengenai perubahan nilai aktiva bersih (NAB) yang biasanya rutin dikirimkan dari perusahaan pengelola reksa dana secara berkala.

Sejalan dengan perkembangan pasar modal, saat ini investor reksa dana juga semakin dimudahkan dengan melakukan transaksi reksa dana, baik untuk pembelian, pencairan, pengalihan reksa dana, sampai dengan informasi mengenai perkembangan portofolio investasi.

Sekarang, investor pemula memang banyak diberikan pilihan dan kemudahan dalam berinvestasi. Hanya saja, mengingat masih belum optimalnya jumlah investor reksa dana, maka edukasi dan pemahaman kepada calon investor memang harus semakin gencar. Inilah tantangan bagi pengelola pasar modal, pelaku industri reksa dana, maupun regulator untuk terus meningkatkan minat masyarakat berinvestasi ke pasar modal yang salah satunya melalui reksa dana. **OJK**



Bijak Memilih Investasi Awal

Melakukan perencanaan keuangan merupakan keputusan yang sangat bijak. Namun tidak semua orang memiliki dana yang lebih dan berlimpah. Tidak semua orang memiliki kemampuan melakukan analisa investasi, dan tidak semua orang siap menghadapi risiko kerugian besar.

Persoalan seperti itu seringkali muncul ketika seseorang merencanakan keuangannya untuk masa depan. Tak sekedar menabung pada tabungan tahapan atau deposito berjangka, tetapi mereka ingin berinvestasi yang salah satu pilihannya adalah melalui investasi di pasar modal.

Bagi pemula dengan dana terbatas dan kemampuan berinvestasi yang minimal, ada beberapa pilihan produk investasi yang bisa dipilih dengan dana terbatas dan risiko yang cenderung lebih tersebar. *Unit link* dan reksa dana, umumnya menjadi pilihan yang diambil

investor pemula. Kedua produk tersebut sama-sama di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Unit link merupakan produk perusahaan asuransi yang merupakan gabungan antara asuransi sebagai perlindungan dan reksa dana sebagai instrumen investasi tautannya. Jadi, sebagian dananya dalam periode tertentu dibagi satu bagian untuk proteksi dan satu bagian yang lainnya untuk investasi.

Pembeli *unit link* harus memahami bahwa tetap ada unsur risiko pada *unit link* dan ada periode *lock-in*, periode investor tidak boleh mengambil dananya sebelum periode *lock-in* tersebut berakhir. Produk unit link berbentuk unit penyertaan, dan dana pembeli produk tersebut akan dikumpulkan untuk kemudian diinvestasikan ke reksa dana tertentu yang telah dipilih. Kebutuhan terhadap perlindungan asuransi jiwa atau kesehatan tetapi sekaligus ada instrumen investasi di dalamnya, menjadi alasan bagi pemula dalam memilih produk

itu sebagai dalam perencanaan keuangan mereka. Besaran setorannya, baik untuk asuransi maupun investasi, tergantung dari manfaat dan ruang lingkup yang disepakati pada awal kontrak.

Sementara, reksa dana adalah produk murni pasar modal yang diterbitkan perusahaan sekuritas pengelola reksa dana, namun pembeliannya dapat dilakukan melalui bank kustodian yang ditetapkan dan bisa juga ke perusahaan penerbit reksa dana tersebut. Dana setoran reksa dana yang dikumpulkan pada manajer investasi, seluruhnya dialokasikan pada investasi sesuai jenis reksa dananya. Risiko dan keuntungannya tergantung pada pergerakan pasar produk investasi tersebut.

Setoran reksa dana relatif terjangkau bagi investor, yakni rata-rata minimal Rp100 ribu. Dari sisi likuiditas, reksa dana lebih likuid dibandingkan dengan *unit link*, kecuali reksa dana tertutup yang juga memiliki periode

JENIS REKSA DANA TERBUKA



Reksa Dana Pendapatan Tetap/ Obligasi

Reksa dana pendapatan tetap sedikitnya 80% dari keseluruhan investasi dalam efek yang bersifat hutang, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, agen pemerintah, maupun korporasi. Lazimnya reksa dana obligasi memberikan imbal balik yang lebih tinggi daripada suku bunga di pasar uang, baik untuk investasi jangka pendek, menengah, maupun panjang. Reksa dana ini cukup dipengaruhi oleh tingkat suku bunga, di mana harga obligasi dapat turun seiring dengan kenaikan tingkat suku bunga.

Reksa dana campuran umumnya memberikan pertumbuhan lebih tinggi daripada reksa dana obligasi, dengan tingkat volatilitas yang lebih rendah daripada reksa dana saham.

Reksa Dana Pasar Uang

Reksa dana pasar uang menempatkan investasi pada efek hutang jangka pendek seperti sertifikat deposito, surat berharga komersial, dan sertifikat Bank Indonesia (SBI). Jenis reksa dana ini tidak mengenakan biaya pembelian maupun penarikan, dan bertujuan untuk menghasilkan laju pendapatan sambil menjaga tingkat likuiditas.

Reksa Dana Saham

Reksa dana ini menempatkan sedikitnya 80% dari keseluruhan investasi pada saham yang terdaftar. Reksa dana saham merupakan pilihan yang cocok untuk investasi jangka panjang. Pasalnya, jenis reksa dana ini memberikan imbal hasil yang tinggi dengan ketentuan dana awal yang rendah.

Reksa Dana Campuran

Reksa dana ini menempatkan investasi dalam gabungan efek ekuitas, obligasi, dan surat-surat berharga lainnya. Tujuan reksa dana ini adalah memberikan pendapatan dan pertumbuhan yang stabil bagi pemodal.

MASA MUDA MENYIAPKAN MASA PENSIUN



Produk dana pensiun kini tak hanya diminati oleh kaum mapan, tetapi juga anak muda. Ada tiga manfaat yang dapat diperoleh dengan memiliki produk dana pensiun. Apa saja?

Usia dua puluh menjadi usia yang menentukan bagi setiap orang. Pada usia itu, biasanya seseorang merasa sudah dewasa, mulai bebas memilih, dan memiliki berbagai perencanaan. Tak sekadar perencanaan hidup, di usia ini pula sebetulnya perencanaan keuangan bisa dimulai. Di usia ini, sejatinya orang tidak hanya memikirkan bagaimana bisa bekerja, mendapatkan penghasilan yang besar agar dapat hidup layak. Tetapi juga, bagaimana menyisihkan uangnya, agar nanti ketika memasuki masa pensiun ia tetap dapat hidup sejahtera.

Di masa usia produktif, seharusnya orang berusaha menyisihkan penghasilannya untuk kesejahteraan di masa ketika pensiun nanti. Namun sayangnya, seringkali mereka lupa bahwa ada masa yang lebih menantang saat mereka memasuki masa pensiun. Masa dimana mereka sudah tidak lagi memiliki penghasilan tetap untuk memenuhi berbagai kebutuhan di masa tua yang tidak kalah besar dibandingkan saat ini, seperti biaya hidup dan juga biaya kesehatan.

Dibandingkan dahulu, merencanakan keuangan termasuk didalamnya mempersiapkan masa pensiun kini semakin mudah ditengah maraknya produk keuangan yang ditawarkan. Ada banyak cara yang bisa

dilakukan untuk merencanakan keuangan di masa pensiun, yakni dengan menabung, investasi, hingga mengikuti program pensiun.

Produk dana pensiun menjadi produk yang kini banyak diminati dalam merencanakan keuangan di masa pensiun. Dalam perkembangannya, produk ini tak hanya diperuntukkan bagi korporasi, tetapi juga retail. Saat ini, ada dua jenis produk yang menawarkan program dana pensiun, yakni DPPK (Dana Pensiun Pemberi Kerja) dan DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, saat ini ada sekitar 267 perusahaan pelaku dana pensiun. Jumlah tersebut terdiri dari 195 DPPK PPMP (Dana Pensiun Pemberi Kerja Program Pensiun Manfaat Pasti), 47 DPPK PPIP (Dana Pensiun Pemberi Kerja Program Pensiun Luran Pasti) dan 25 DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan).

Perencanaan program pensiun mandiri dapat diikuti dengan menjadi peserta Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK). Ada dua institusi keuangan yang diperbolehkan menawarkan produk DPLK, yakni bank dan asuransi. OJK mencatat ada sekitar 12 Asuransi yang menawarkan DPLK, sisanya ditawarkan oleh bank.

Lalu apa saja manfaat yang diperoleh dengan mengikuti DPLK? Program Dana Pensiun pada dasarnya memiliki 3 fungsi

utama (fungsi asuransi, tabungan dan pensiun). Dalam fungsi asuransi memberikan jaminan kepada peserta untuk mengatasi risiko kehilangan pendapatan yang disebabkan oleh kematian atau usia pensiun. Pada umumnya penyelenggara dana pensiun selalu menerapkan prinsip kebersamaan seperti halnya program asuransi. Sehingga, bila peserta program pensiun mengalami musibah baik cacat ataupun meninggal dunia, yang mengakibatkan terputusnya pendapatan sebelum memasuki masa pensiun, maka kepada peserta tersebut akan diberikan manfaat sebesar yang dijanjikan atas beban Dana Pensiun.

Kedua, yaitu fungsi tabungan. Selama masa program peserta diwajibkan untuk membayar iuran secara periodik. DPLK bertugas untuk mengumpulkan dan mengembangkan dana yang disetorkan peserta. Selanjutnya iuran tersebut akan dikelola dan dikembangkan (diinvestasikan), sehingga pada saat pensiun atau di akhir masa program, dana yang terkumpul akan digunakan untuk membayar manfaat pensiun peserta. Jumlah manfaat yang akan diterima oleh setiap peserta bergantung pada akumulasi dana yang disetor dan hasil pengembangan dari iuran tersebut. Semakin panjang waktu kepesertaan akan semakin besar pula jumlah dana setoran iuran peserta,

sehingga akan meningkatkan akumulasi jumlah tabungannya. Karenanya, mengikuti program DPLK akan sangat efektif dan optimal jika dilakukan sejak dini.

Ketiga, fungsi pensiun. DPLK juga memberikan jaminan atas kelangsungan pendapatan peserta setelah memasuki usia pensiun. Pembayaran manfaat pensiun tersebut dilakukan dalam empat metode, yaitu: *Pensiun normal*, artinya pembayaran hak pensiun setelah mencapai usia pensiun normal sesuai perjanjian. *Pensiun dipercepat*, artinya pembayaran hak pensiun minimal 10 tahun sebelum mencapai usia pensiun normal. *Pensiun ditunda*, artinya pembayaran hak pensiun yang ditunda apabila berhenti bekerja minimal 3 tahun masa kepesertaan dan belum mencapai pensiun dipercepat. *Pensiun cacat*, artinya pembayaran hak pensiun bagi yang menderita cacat total (tetap) akibat kecelakaan kerja.

Dengan mengikuti program pensiun melalui DPLK, maka peserta akan memperoleh berbagai manfaat, yakni menjaga kesinambungan penghasilan peserta pada masa pensiun. Selain itu, produk DPLK juga bertujuan menjaga kesinambungan penghasilan peserta atau ahli warisnya apabila peserta menjadi cacat atau meninggal dunia sebelum pensiun.

Keuntungan dengan memilih produk DPLK adalah ketika memasuki usia pensiun, peserta akan menerima dana yang merupakan akumulasi jumlah iuran peserta yang rutin dilakukan secara periodik, ditambah dengan hasil investasi dan pengembangan dana yang telah terkumpul tersebut. Selain itu peserta juga dimungkinkan untuk menentukan sendiri penempatan investasi dananya agar mendapatkan pengembangan dana yang optimal sesuai dengan profil risiko yang dipahami peserta. Pada DPLK, peserta juga memiliki akses untuk memonitor besarnya manfaat pensiun, serta menentukan sendiri besar kecilnya iuran yang akan dilakukan selama masa program sesuai dengan kemampuannya.

Memprediksi Biaya Pensiun

Nah, pertanyaannya kemudian, bagaimana cara kita mengetahui atau menghitung biaya hidup dan biaya kesehatan pasca pensiun. Untuk menghitungnya, ada beberapa hal yang perlu kita perkirakan terlebih dahulu. Pertama, tentukan sendiri masa atau usia pensiun. Kemudian, hitunglah berapa waktu



yang tersisa untuk masuk ke usia pensiun. Umumnya, usia pensiun adalah di usia 55 tahun. Maka kita bisa menghitung sisa waktu dengan cara, usia pensiun dikurangi usia kita saat ini.

Kedua, berapa lama waktu yang kira-kira dihabiskan di masa pensiun. Katakanlah usia maksimal hidup adalah 80 tahun. Maka menghitungnya adalah 80 tahun di kurangi usia pensiun (55 tahun). Ketiga kita juga perlu menghitung berapa biaya yang diperlukan selama masa pensiun tersebut. Jangan lupa untuk memasukan biaya inflasi dalam perhitungannya.

Lalu siapa saja yang boleh ikut dalam produk dana pensiun? Apakah hanya mereka yang sudah bekerja yang boleh memiliki produk DPLK? Tentu saja tidak. Produk DPLK tidak hanya diperuntukkan bagi mereka yang sudah mapan atau sudah bekerja. Anak muda yang belum mempunyai penghasilan tetap pun boleh memiliki produk DPLK.

Berbeda dengan generasi pendahulunya, anak mudah jaman sekarang atau yang bisa kita sebut dengan generasi Y lebih gemar menabung dan lebih melek keuangan dibandingkan generasi mapan saat ini diusianya. Literasi keuangan yang semakin baik membuat para anak muda ini memahami pentingnya merencanakan keuangannya dengan baik.

Lembaga survei pensiun di Amerika bernama Transamerica Retirement Survey (TCRS) menyebutkan generasi milenial (orang yang lahir antara tahun 1979 dan 1996) memiliki kebiasaan menabung yang sangat kuat. Survei tersebut dilakukan TCRS pada 2014 terhadap sekelompok anak muda di Amerika. Dalam survei tersebut diterangkan,

bahwa sebagian besar dari mereka menabung untuk menyiapkan dana pensiun.

Di satu sisi, produk dana pensiun yang kini ada di pasaran juga semakin fleksibel, dalam arti tak mengharuskan hanya mereka yang mempunyai penghasilan tetap saja yang bisa memiliki produk DPLK. Sebut saja produk dana pensiun Simponi milik BNI. Produk ini bisa dipilih siapa saja, baik anak muda maupun mereka yang sudah mapan. Setoran awalnya juga sangat ringan, mulai dari Rp100.000. Simponi juga memberikan alternatif pilihan investasi yang dapat disesuaikan dengan profil nasabah. Produk-produk semacam Simponi kini juga sudah banyak di tawarkan oleh bank-bank lain, termasuk juga perusahaan asuransi.

Selain BNI, bank-bank yang juga menawarkan produk DPLK diantaranya adalah Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Muamalat dan Bank Jabar Banten (BJB). Sementara itu, perusahaan asuransi yang menawarkan produk DPLK diantaranya, BNI Life, Manulife Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Bringin Life, Allianz, Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912, dan juga Asuransi Jiwasraya.

Uraian diatas menyampaikan pesan, bahwa merencanakan keuangan di masa pensiun pun kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup, baik bagi mereka yang sudah mapan, maupun mereka yang usianya masih relatif muda. Untuk menjamin finansial di masa pensiun cara paling bijak adalah mempersiapkannya sesegara mungkin. Jika dipersiapkan sejak muda, uang yang harus disisihkan akan lebih ringan dan mafaat yang diterima akan lebih optimal. **OJK**

KELEBIHAN DAN KEKURANGAN PROGRAM PENSIUN BERDASARKAN JENISNYA

JENIS PROGRAM	KELEBIHAN	KEKURANGAN
Program Pensiun Manfaat Pasti	<ul style="list-style-type: none"> Besar manfaat pensiun mudah dihitung Lebih memberikan kepastian kepada peserta Lebih mudah memberikan penghargaan untuk masa kerja 	<ul style="list-style-type: none"> Beban biaya mudah berfluktuasi Nilai hak peserta sebelum pensiun tidak mudah ditentukan
Program Pensiun Iuran Pasti	<ul style="list-style-type: none"> Beban biaya stabil dan mudah diperkirakan Nilai hak peserta setiap saat mudah ditetapkan Risiko investasi dan mortalitas ditanggung oleh peserta 	<ul style="list-style-type: none"> Besar manfaat pensiun tidak mudah ditentukan Lebih sulit memperkirakan besar penghargaan untuk masa kerja lampau

TIPS MENYIAPKAN DANA PENSIUN



adalah tips mempersiapkan dana pensiun untuk mereka yang masih muda:

- Membuat daftar anggaran dan mengendalikan pengeluaran. Hindari pengeluaran yang hanya bersifat konsumtif;
- Pisahkan antara simpanan untuk tabungan dan untuk dibelanjakan. Upayakan untuk memiliki rekening khusus, seperti tabungan pensiun atau DPLK untuk memastikan agar uang yang memang kita sisihkan tidak mudah terganggu bila ada kebutuhan mendesak sekalipun;
- Kenali berbagai produk yang bisa digunakan. Setiap produk memiliki kekurangan dan kelebihan;
- Pilih produk dari perusahaan yang sudah teruji dan terpercaya. Pastikan bahwa perusahaan tempat kita menabung atau

berinvestasi adalah lembaga keuangan yang telah teruji dan berpengalaman dalam mengelola dana nasabahnya. Pastikan pula punya reputasi baik, dan memiliki program tabungan yang dapat menunjang kebutuhan pensiun;

- Pilih produk khusus untuk pensiun. Memilih produk khusus pensiun seperti DPLK akan sangat membantu meringankan kita dalam menyiapkan dana pensiun. Produk DPLK ini sudah banyak ditawarkan oleh bank. Bahkan beberapa perusahaan asuransi juga menyediakan program yang sama. Prosedurnya, setiap peserta dana pensiun menyetorkan sejumlah uang secara berkala yang kemudian dikelola agar dapat memperoleh hasil sesuai program yang ditawarkan.

ILUSTRASI DANA PENSIUN

Usia saat ini	: 25 tahun
Usia pensiun	: 55 tahun
Pendapatan per bulan	: Rp5.000.000
Tingkat inflasi	: 6%
Tabungan Pensiun	: Rp1.000.000
Periode menabung	: 30 tahun
Ekspektasi manfaat pensiun	: 50%
Lamanya kebutuhan setelah pensiun	: 20 tahun
Total kebutuhan dana setelah pensiun	: Rp2.094.901.000
Dana pada saat pensiun	: Rp1.341.052.000
Kekurangan dana	: Rp753.849.000

Menyiapkan dana pensiun harus dilakukan sedini mungkin. Sebab, semakin panjang waktu yang dimiliki, maka semakin ringan pula uang yang disisihkan untuk masa pensiun. Sebaliknya, saat usia sudah sedikit lagi memasuki masa pensiun, maka akan semakin besar pula uang yang harus disisihkan. Sehingga akan sangat berat beban yang harus ditanggung saat kita terlambat mempersiapkan masa pensiun.

Namun, anak muda seringkali tergoda dalam menggunakan uangnya untuk kebutuhan-kebutuhan konsumtif. Berikut



TRAVELMIE: USAHA UNIK PARA TRAVELLER

Siapa bilang hobi hanya bisa menghabiskan uang? Anggapan itu dibantah oleh empat mahasiswa asal Universitas Esa Unggul dan seorang mahasiswa asal Universitas Mercu Buana Jakarta, yang sukses mendirikan usaha di bidang kuliner dan travel agent yang bernama Travelmie.

Meski baru seumur jagung, namun omset Travelmie sudah membumbung tinggi. Bayangkan saja walau baru berdiri sejak tiga bulan yang lalu, dalam sehari Travelmie sudah mampu menghasilkan omset sebesar Rp 2,5 juta hingga Rp 3,5 juta per hari atau Rp 80 jutaan per bulan.

Hal ini wajar bila melihat pengunjung yang datang ke Travelmie yang berada di kawasan Cipondoh, Tangerang. Banyak pengunjung yang antusias makan di sana, bahkan mereka

rela mengantri untuk menikmati makan malam di sana. Dalam sehari Travelmie bisa dikunjungi oleh sekitar 200 orang, jumlah itu akan bertambah dua kali lipat saat akhir pekan.

Sebenarnya apa sih yang membuat Travelmie digilai para penggemar kuliner di Tangerang dan sekitarnya? Padahal mereka hanya menjual roti bakar, mie yang disajikan persis seperti bungkusnya dan makanan serta minuman lainnya.

Bara Al Aziz salah satu pendiri Travelmie mengatakan bahwa Travelmie memiliki konsep yang unik dan baru pertama kali ada di Indonesia bahkan dunia, yakni tempat makan dengan tema urban camping di mana pengunjung bisa merasakan berkemah meski tak berada di alam sesungguhnya. Konsep unik pun sudah didaftarkan hak patennya di

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

"Travelmie merupakan tempat makan dengan konsep urban camping pertama di dunia dan merupakan komunitas urban camping pertama di Indonesia," kata Bara kepada Edukasi Konsumen di Tangerang, Minggu (8/3/2015).

Dia mengatakan ide ini sudah terlintas dipikirkannya selama kuliah bersama teman-temannya, yang sama-sama menyenangi kegiatan travelling di alam bebas. "Kita semua ini hobi naik gunung dan juga suka camping. Nah dari pemikiran kita semua ini ada dua hal yang paling asik saat naik gunung. Pertama saat kita sampai puncak dan melihat segala keindahan. Dan kedua, kita bisa makan bareng bersama teman-teman di dalam tenda. Nah yang jadi permasalahannya itu kita tidak bisa setiap hari untuk bisa merasakan

Baru berjalan sekitar tiga bulan, tempat makan bertema urban camping pertama di Indonesia ini sukses meraup omset Rp 80 jutaan per bulan. Travelmie pun langsung tancap gas dengan berencana memanfaatkan jasa perbankan untuk pengembangan usaha.

suasana seperti itu dikarenakan bentrok dengan jadwal kuliah, atau rutinitas yang lainnya. Lalu kita berfikir, kenapa sih kita tidak bikin tempat makan yang suasananya seperti kita naik gunung atau saat camping," jelas mahasiswa yang belum lama ini menyelesaikan studinya di fakultas Teknik Informatika, Universitas Esa Unggul, Jakarta.

Dari ide itu, akhirnya dia pun mengajak teman-temannya yakni Masruri Abdullah, Hery, Achmad Fathoni dan Mutiara Sufie untuk mendirikan Travelmie dengan modal awal Rp 15 juta. Tanpa disangka konsep unik Travelmie yang mengusung tema urban camping sangat disukai masyarakat Indonesia, sehingga menarik investor untuk menginvestasikan uangnya hingga terkumpulkan modal sekitar Rp 60 juta.

"Untuk investor ini kita terapkan sistem syariah dan kekeluargaan, jadi kalau memang bisnis ini jatuh kita sama-sama jatuh kalau memang ternyata bangun jadi kita sama-sama bangun. Pembagiannya 60-40 jadi dari kita 60% dan dari investornya 40%," ucap dia.

Selain memiliki konsep yang unik, para pemilik Travelmie juga sangat jeli dalam memasarkan produk dan jasanya. Mereka sangat jeli dalam memanfaatkan celah dan peluang di media sosial yang saat ini digandrungi masyarakat.

"Terkadang orang berfikir kalau mau melihat usahanya berjalan bagus itu dilihat dari 3 bulan pertama atau 1 tahun pertama. Tapi menurut saya, itu pemikiran jaman dahulu disaat tidak ada media sosial. Di Travelmie ini, walaupun kita bukan bisnis online tapi kita menerapkan sistem marketing online. Meski tempat makan ini offline tapi kita kejar di online sehingga kita booming di media sosial. Alhamdulillah baru beberapa hari sudah penuh karena mereka penasaran melihat Travelmie di sosial media," katanya.

Agar semakin tumbuh dan berkembang,

para punggawa Travelmie

tak lupa untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan yang ada.

Salah satu produk dan jasa keuangan yang digunakan ialah produk tabungan di industri perbankan. Masruri Abdullah yang juga pemilik Travelmie mengakui dalam mengelola keuangan dia memisahkan laba bersihnya untuk di tabung di bank.

"Intinya adalah semua keuntungan yang kita terima kita simpan di bank. Hal ini agar kita bisa melihat grafik perkembangan pengeluaran dan pemasukan kita," ungkap Ruri, sapaan akrab Masruri Abdullah.

Selain itu, Ruri menjelaskan tujuannya menyimpan semua keuntungannya di bank adalah agar ke depan bank bisa percaya dengan Travelmie, sehingga kita mudah untuk mengajukan modal tambahan ke bank.

"Jujur kita butuh modal sekitar Rp 100 juta untuk pengembangan atau buka cabang, makanya kita kumpulkan semua laba kita di bank agar ke depan kita bisa meminjam modal usaha dari bank. Alhamdulillah saat ini sudah terkumpul sekitar Rp 40 juta di bank," imbuh dia.

Bagaimana Anda tertarik untuk merasakan berkemah di perkotaan sambil menyantap hidangan yang disediakan Travelmie? Kalau iya datang saja ke Travelmie yang berlokasi di Cipondoh, Tangerang. Travelmie buka hampir setiap hari mulai dari pukul 17.00 WIB hingga pukul 24.00 WIB. Untuk harganya sendiri tak perlu khawatir karena Travelmie menawarkan harga kaki lima suasana kaki gunung.

Selain menyediakan berbagai makanan, Travelmie juga dapat menemani Anda untuk melakukan Travelling di berbagai tempat Indonesia. Travel Agent yang satu ini selalu membuka open trip setiap minggunya ke beberapa tempat menarik di Indonesia. Info lengkap bisa mengunjungi situs resminya di www.travelmie.com atau twitter di @travelmie. **OJK**



MENYIAPKAN TENAGA-TENAGA PERASURANSIAN

Masalah SDM menjadi masalah utama yang dihadapi industri perasuransian. Oleh karena itu, DAI sangat fokus untuk memberikan pendidikan maupun sertifikasi untuk meningkatkan tenaga-tenaga ahli perasuransian.

Industri perasuransian Indonesia mencatatkan pertumbuhan yang bagus pada tahun lalu. Meski kondisi perekonomian Indonesia tidak sebaik tahun 2013. Pertumbuhan premi dalam 5 tahun belakangan ini berkisar 15-30% untuk asuransi jiwa dan sebesar 10-20% untuk asuransi kerugian. Begitu pula prediksinya, asuransi masih akan tumbuh di tahun ini. Ketua Dewan Asuransi Indonesia (DAI) Hendrisman Rahim mengatakan pihaknya yakin akan tumbuh sekitar 20% pada tahun 2015.

Pertumbuhan yang positif tersebut dari tahun ke tahun seharusnya tidak membuat terlenu oleh para pelaku industri perasuransian di Indonesia. Bagaimana tidak, masih banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh perusahaan-perusahaan perasuransian di Indonesia. Salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM). Perasuransian Indonesia masih mengalami kendala jumlah SDM untuk perasuransian. Ini pula yang ditakutkan pada saat Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) telah bergulir. Kondisi ini tidak menutup hadirnya tenaga-tenaga asuransi dari luar negeri. Sayangnya sekali apabila kondisi ini terjadi.

Menyangkut kondisi SDM, DAI memiliki peran untuk menyiapkan dan meningkatkan jumlah tenaga-tenaga perasuransian di Indonesia. "DAI ini tugasnya melakukan pendidikan ke dalam industrinya dan kepada masyarakat," kata Hendrisman saat ditemui *Majalah Edukasi Konsumen*. Pendidikan tersebut untuk meningkatkan

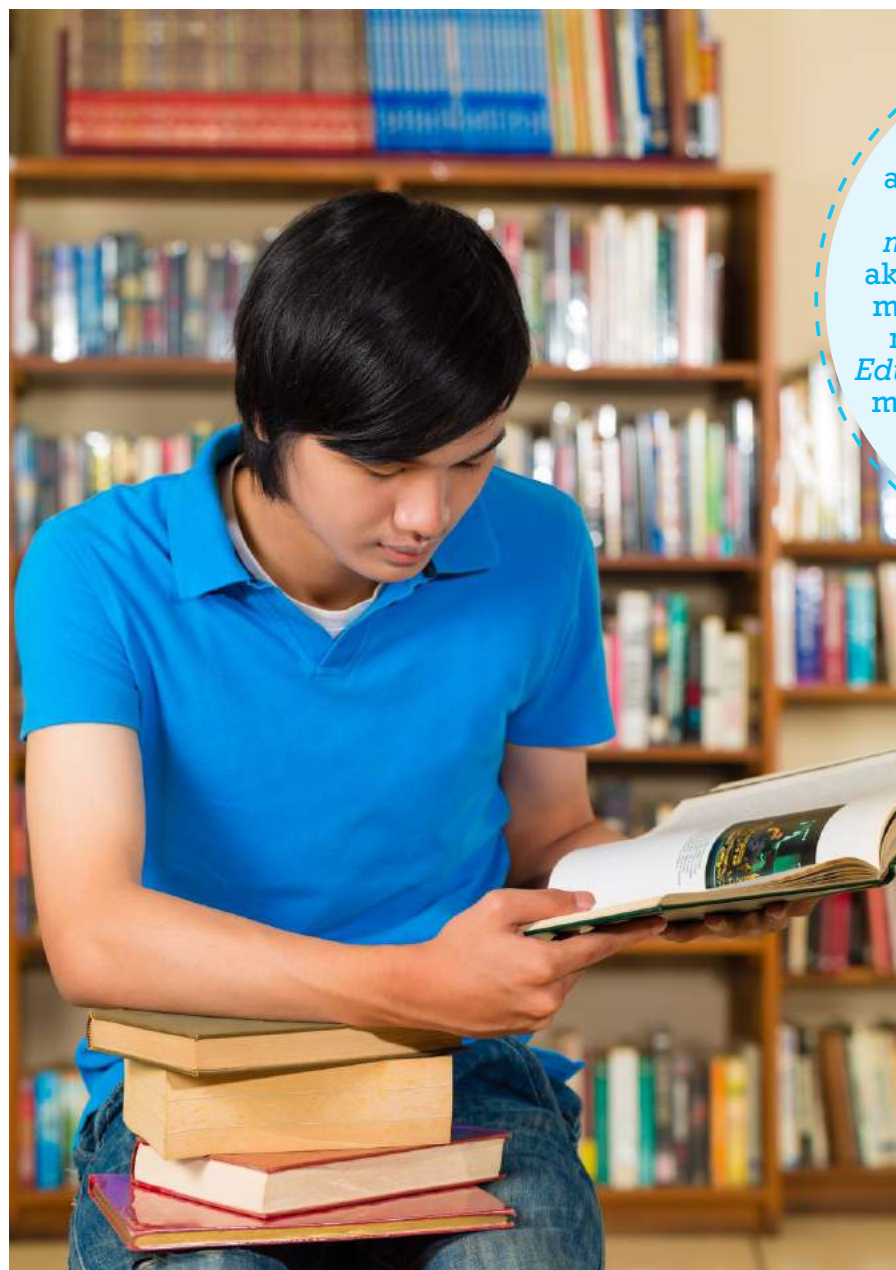
pertumbuhan industri ini. Pasalnya apabila terjadi peningkatan potensi dan kemampuan sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Industri ini akan terkena imbas positifnya. Inilah alasan DAI melakukan peningkatan jumlah tenaga-tenaga yang memiliki keahlian perasuransian.

DAI memiliki Yayasan Asuransi Indonesia. Yayasan ini memiliki sejumlah perusahaan, yang berupa sekolah tinggi dan juga lembaga-lembaga sertifikasi. Lantas apa peran DAI untuk meningkatkan pertumbuhan asuransi? "Jadi pengembangan industri asuransi kita melalui pendidikan. Dan meningkatkan pengetahuan masyarakat. Sisanya dilakukan oleh masing-masing asosiasi," kata Hendrisman.

Hendrisman mengungkapkan masih banyak kebutuhan tenaga-tenaga untuk industri perasuransian. Jumlah tenaga yang tersedia dan penambahannya belum mampu memadani kebutuhan industri. Sayang jika tenaga-tenaga tersebut diisi oleh tenaga-tenaga asing. Oleh karena itu, DAI mengharapkan ada semacam "perlindungan" dari otoritas terkait agar proses penyiapan SDM ini dapat berjalan lancar. Menurutnya, jika sudah diisi oleh tenaga-tenaga asing akan susah menggeser mereka.

Ketua DAI juga menuturkan kebutuhan tenaga asuransi yang masih besar antara lain level *middle manager*, *underwriter*, dan *aktuaria*. "Ini yang menjadi kekhawatiran dari kita adalah kapasitas sumber daya manusia kita. Bisa dibayangkan kita sangat sedikit ahli asuransi. Aktuaria jumlahnya masih kurang, *underwriter* masih kurang. Nah kalau MEA dibuka, tanpa adanya suatu relaksasi yang dilakukan oleh OJK misalnya, pasar dibuka seluas-luasnya, aktuaria ini akan datang dari Filipina, Singapura, atau Malaysia," kata Hendrisman.

Oleh karena itu, DAI memiliki mimpi besar untuk memiliki *education center*. *Education center* tersebut akan menyatukan semua hal yang menyangkut pendidikan perasuransian. Memang, DAI sudah memiliki lembaga pendidikan dan sertifikasi tapi tampaknya asosiasi ini menginginkan pendidikan yang terintegrasi dan komprehensif dapat digelarnya.



Kebutuhan tenaga asuransi yang masih besar antara lain level *middle manager, underwriter*, dan aktuaria. Oleh karena itu, DAI memiliki mimpi besar untuk memiliki *education center*. *Education center* tersebut akan menyatukan semua hal yang menyangkut pendidikan perasuransian.

Indonesia tentang asuransi. Dukungan dari semua pihak dan adanya sinergi antara pemerintah, institusi pendidikan dan industri perasuransian dalam melaksanakan program nasional IGTC sejak tahun 2007 hingga 2010/2011 telah menyumbang hasil yang sangat membanggakan.

Kongkretnya kegiatan yang dilakukan dalam IGTC adalah kuliah umum/seminar asuransi, pendidikan asuransi untuk tenaga pengajar dan program terbaru IGTC yaitu pendidikan asuransi jarak jauh (*E-Learning*).

Lalu *Insurance Day* yang digelar setiap 18 Oktober juga menjadi kegiatan DAI untuk menanamkan perasuransian di Indonesia. "Pada *Insurance Day* ini, dalam mengejar tanggal tersebut, DAI mempersiapkan suatu program-program yang bertujuan mengedukasi masyarakat. Ada yang namanya 'Ayo Berasuransi', di daerah kita adakan *training*, dan perekrutan agen. Itu kita lakukan setiap tahun," kata Hendrisman.

Tujuan jangka panjang program tersebut adalah agar masyarakat merasakan manfaat keberadaan industri asuransi, harapannya industri asuransi dapat diterima oleh *community* sekitar khususnya, dan negara umumnya, adanya pengertian/*goodwill*, dukungan, simpati, dan partisipasi dari masing-masing lingkungan terhadap industri asuransi dan langsung atau tidak langsung dapat mendukung bisnis perusahaan perasuransian sehingga mampu menempatkannya sebagai salah satu pilar utama perekonomian bangsa.

Program-program tersebut menjadi rangkaian untuk meningkatkan pengguna produk-produk asuransi. Sekaligus tetap fokus untuk menyiapkan tenaga-tenaga ahli di bidang perasuransian. **OJK**

untuk meningkatkan literasi perasuransian. Serta tak kalah penting mencetak *master plan* atau Gran Desain Edukasi Asuransi (GDEAI).

Dalam *Insurance Goes to Campus* (IGTC), DAI berupaya menjelaskan industri ini. "Jadi kami datang ke kampus-kampus menjelaskan apa yang disebut asuransi, mencoba merekrut para lulusan universitas untuk bekerja di asuransi. Ini program dilakukan setiap tahun, mulai dari tingkat SMP sampai dengan universitas," kata Ketua DAI.

Program ini yang telah mulai dilaksanakan sejak tahun 2007 ini merupakan program strategis. Tujuannya tidak lain adalah untuk merubah paradigma tentang minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat

Aktivitas Meningkatkan Kesadaran Berasuransi

Sinergi antara pemerintah dan swasta adalah alat mujarab untuk meningkatkan literasi dan pemanfaatan produk-produk jasa keuangan. Sebagai asosiasi yang membawahi asosiasi-asosiasi perusahaan asuransi ini memiliki misi yang kuat untuk meningkatkan pemahaman perasuransian di masyarakat.

Sejumlah program yang rutin digelar oleh DAI. Mulai dari kegiatan yang masuk ke kampus, seperti "*Insurance Goes to Campus*." Peringatan hari asuransi atau "*Insurance Day*" yang meliputi sejumlah rangkaian kegiatan



MODAL MASA DEPAN PERUSAHAAN ASURANSI

Data growing premi asuransi itu berada diantara 15-30%. Ini untuk asuransi jiwa saja. Kita yakin tahun 2015 akan growing sekitar 20%.

Tim *Majalah Edukasi Konsumen* berkesempatan melakukan wawancara dengan Ketua Dewan Asuransi Indonesia (DAI), Hendrisman Rahim. Dalam wawancara tersebut muncul perspektif yang menarik dalam melakukan peningkatan pelanggan perasuransian. Berikut petikannya:

Bagaimana kondisi perasuransian tahun 2014 dan proyeksi 2015?

Berdasarkan data kondisi perasuransian tahun 2014 lebih baik dari tahun 2013. Kita lihat angka-angka yang *growing* baik. Memang banyak kegiatan industri asuransi di tahun 2014 untuk meningkatkan pendapatan premi dan sebagai katalisator dari *growing*-nya itu. Kalau kita lihat dari data 5 tahun, data *growing* premi asuransi itu berada diantara 15-30%. Ini untuk asuransi jiwa saja. Kita yakin tahun 2015 akan *growing* sekitar 20%. Dan kerugian memang terlihat rata-rata tumbuh 10-20% selama ini dan tampaknya akan *growing* dalam kategori yang sama.

Faktor apa yang dapat memacu 2015?

Banyak prediksi di tahun 2015 yang tidak bagus. Tapi disini lain *surprise* buat kita. Pada asuransi jiwa tampaknya juga yang terjadi di tahun 2014 tampaknya juga tidak signifikan, katastrof juga tidak ada di tahun 2014. Tampaknya di tahun 2015 memberikan yang baik di industri asuransi ini.

Nah sisi yang lain di tahun 2014, baik asuransi jiwa dan kerugian kita memasuki *microinsurance*. Jadi seberapa jauh *microinsurance* itu mendukung pendapatan di tahun 2014? Memang belum tampak sampai hari ini. Tapi setidaknya industri ini masuk ke *microinsurance* sehingga pasar semakin luas. Saya yakin di tahun 2015 dampak *microinsurance* akan mulai tampak.

Bagaimana pertumbuhan *microinsurance*?

Jadi pertumbuhan *microinsurance* itu bukan dikatakan pertumbuhan *microinsurance* itu besar. Tapi jumlah tertanggungnya akan besar. Jadi jumlah orang yang mentransfer risiko ke asuransi akan semakin besar. Kalau dari sisi premi tidak besar. Misalkan di asuransi jiwa ada premi Rp50.000-an. Jadi akumulasi premi tidak besar. Tapi jumlah orang yang *ter-cover* asuransi semakin besar.

Nah kita harapkan apabila dari kelompok

orang-orang yang ada di kelompok mikro ini, nanti meningkat kelasnya, dia sudah pernah merasakan asuransi. Kita harapkan dengan adanya *micro insurance* ini yang literasi kepada asuransi itu semakin tinggi dan yang merasakan manfaat asuransi semakin tinggi sehingga cita-cita yang dimiliki oleh industri ini, baik oleh OJK ini dalam program literasi ini akan memberikan manfaat yang baik buat industri ini ke depannya.

Memang sejak 2014 ini, mikro belum banyak terjual. Tapi kita mensosialisasikan mikro ini baik dari kerugian maupun jiwa bersama-sama mensosialisasikan sehingga orang-orang sasaran mikro ini sudah mulai merasakan sehingga pada titik tertentu saya yakin pada tahun 2015 ini mereka sudah mulai membeli produk-produk asuransi yang preminya tidak lebih dari Rp50.000-an ini. Saya yakin dalam 2 tahun ini jumlah orang yang *literate* dengan produk asuransi dan pernah merasakan produk asuransi ini naik cukup baik. Dan kita harapkan berada pada angka 20%. **OJK**

APA KATA MEREKA TENTANG

LAYANAN KEUANGAN MIKRO?

“Tingkat kesejahteraan masyarakat sangatlah erat dengan seberapa dekat mereka dengan produk dan jasa keuangan,”

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama lembaga jasa keuangan (LJK) yang didukung pemerintah (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman) telah meluncurkan program yakni Layanan Keuangan Mikro di Desa Nelayan Karangsong, Indramayu, Jawa Barat, 18 Desember 2014 lalu.

Peluncuran Layanan Keuangan Mikro ini merupakan rangkaian dari kegiatan Pasar Keuangan Rakyat yang digelar di Jakarta International Expo (JIExpo), Kemayoran, Jakarta pada tanggal 20-21 Desember 2014.

Layanan Keuangan Mikro adalah layanan terpadu yang memiliki proses sederhana dan cepat, akses yang mudah, dan harga terjangkau. Dengan layanan ini, masyarakat dapat mengakses produk simpanan, proteksi, investasi dan pinjaman. Dengan demikian, diharapkan layanan tersebut dapat terakses oleh setiap golongan masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat golongan menengah ke bawah.

Adapun produk-produk yang dikemas dalam layanan keuangan mikro adalah Tabunganku, merupakan layanan simpanan di bank tanpa biaya administrasi dan setoran awal yang rendah. Kemudian ada juga asuransi mikro yang nilai preminya di bawah Rp 50.000, reksa

dana mikro yang nilai awal investasinya adalah Rp 100.000, pembiayaan investasi logam mulia dengan cicilan ringan dan kredit mikro tanpa jaminan dengan plafon terbatas.

Menurut Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D Hadad alasan peluncuran Layanan Keuangan Mikro adalah untuk mendorong masyarakat khususnya menengah bawah agar lebih dekat dengan produk dan layanan keuangan. Hal ini karena menurut Muliaman, tingkat kesejahteraan masyarakat sangat berkaitan erat dengan produk jasa keuangan.

“Tingkat kesejahteraan masyarakat sangatlah erat dengan seberapa dekat mereka dengan produk dan jasa keuangan,” kata Muliaman.

Lalu, bagaimana tanggapan pemerintah, pelaku usaha jasa keuangan dan masyarakat terkait peluncuran tersebut? Benarkah kehadiran Layanan Keuangan Mikro mampu memberikan manfaat bagi masyarakat? Berikut ini beberapa tanggapannya yang berhasil dihimpun Edukasi Konsumen. **OJK**



Menteri Koordinator Kemaritiman, Indroyono Soesilo



Head of Halo BCA, Nathalya Wani Sabu



Pakar Perlindungan Konsumen, Agus Pambagio



Senior Vice President Divisi Corporate Secretary Bank BJB, Agus Mulyana

“Kami mengapresiasi OJK dan LJK dalam memperkenalkan produk dan jasa keuangan melalui layanan keuangan mikro kepada masyarakat khususnya nelayan di Desa Karangsong. Karena sekarang kita akan membangun kemaritiman Indonesia. Berbagai infrastruktur, bikin kapal dan melaut juga dibutuhkan permodalan dan ini merupakan solusi bagi masyarakat nelayan dengan hadirnya layanan keuangan mikro. Tempat ini sangat tepat untuk peluncuran layanan keuangan mikro, dan diharapkan akan terus merembet ke tempat-tempat yang lain.”

“Kita juga ikut mendukung dengan layanan keuangan mikro seperti nanti juga kamu ada produk baru yang namanya Duit buat masyarakat. BCA juga ikut serta dalam program Tabunganku yang sukses di BCA. Kita juga support waktu OJK menyelenggarakan Pasar Keuangan Rakyat di Jakarta, kita juga ikut berpartisipasi. Layanan Keuangan Mikro ini sangat bermanfaat juga bagi nasabah dan BCA sendiri, karena memang kita kalau cari nasabah itu dari kecil nanti kalau sudah besar juga jadi nasabah kita. Jadi kita jaga mereka dari masih kecil.”

“Ya bagus dong tapi Layanan Keuangan Mikro harus juga harus ada perlindungan konsumen karena di mikro kan kemungkinan nasabah tertipu juga besar dan orangnya konsumen kecil jadi memang harus dimasuki dan awasi jadi aman. Kan kadang-kadang mikro itu kan gak ada jaminan, jadi OJK harus ngawasin karena di situ ada terjadinya transaksi dan OJK itu kan otoritas jasa keuangan jadi harus masuk ke situ. Dengan layanan keuangan mikro kan jadinya ekonomi mikronya bisa jalan.”

“Layanan Keuangan Mikro pasti memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat wilayah Jawa Barat dan Banten. Hingga kini total outstanding kita di kredit mikro yakni Kredit Cinta Rakyat telah mencapai Rp 157 miliar. Dan kami berkomitmen untuk melanjutkan hal ini.”



Buku adalah jendela informasi. Informasi dan pengetahuan mengenai segala hal dapat diperoleh dari buku yang kita baca. Banyak jenis buku, baik dari isi dan temanya yang beranekaragam. Kiranya buku-buku berikut ini layak dan dapat menjadi referensi kebutuhan bacaan Anda.



1. AGILITY: BUKAN SINGA YANG MENGEMBIK

Penulis : Rhenald Khasali

Penerbit : Gramedia Pustaka Utama

Tanggal terbit : Desember 2014

Buku ini berisi kisah inspiratif mengenai mereka yang bergerak dengan sigap menata diri dan organisasinya saat berada di ambang kekacauan (*edge of chaos*). Kita baik sebagai individu, perusahaan, ataupun organisasi harus lebih lincah, lebih cepat, dan lebih liat dalam merespons setiap perubahan yang terjadi di lingkungan kita.



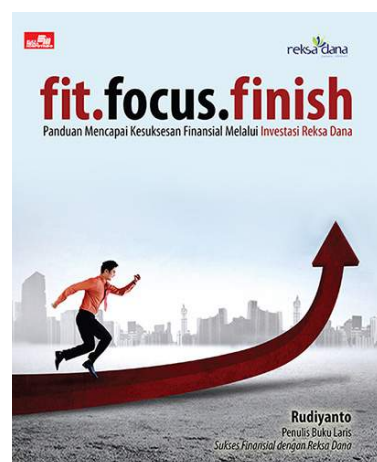
2. THE \$100 STARTUP

Penulis : Chris Guillebeau

Penerbit : Gramedia Pustaka Utama

Tanggal terbit : Februari 2015

Jika Anda memiliki ide untuk berbisnis namun belum menemukan cara yang tepat untuk memulainya, atau bahkan jika Anda sama sekali tak memiliki ide untuk berbisnis, maka buku ini tepat untuk Anda baca. Chris Guillebeau memberikan gambaran bagaimana memunculkan serta merealisasikan ide dengan dana terbatas dan merubahnya menjadi kesuksesan besar.



3. FIT.FOCUS.FINISH

Penulis : Rudiyanto

Penerbit : Elex Media Komputindo

Tanggal terbit : Februari 2015

Keinginan untuk menjadi investor reksadana yang sukses tentu menjadi target bagi setiap investor reksadana. Buku ini dapat menjadi panduan untuk mencapai target tersebut. Dalam buku ini dijelaskan apa saja yang menjadikan investor reksadana akhirnya gagal dan bagaimana solusinya agar tak terjebak pada kesalahan tersebut. Buku ini Akan membuat anda mengenal investasi reksadana lebih dalam.



4. MENGELOLA KUALITAS LAYANAN PERBANKAN

Penulis : Ikatan Bankir Indonesia

Penerbit : Gramedia Pustaka Utama

Tanggal terbit : 8 Desember 2014

Modul ini menjadi acuan minimal yang harus dimiliki oleh calon *teller*, atau *customer service*, atau *funding officer* bank. Sumber utama dari modul ini adalah dari SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia), berbagai modul atau bahan pelatihan yang dilaksanakan oleh berbagai bank, serta praktik yang ada dalam industri perbankan Indonesia. Dengan menguasai modul ini calon peserta akan mempunyai kemampuan dalam batas minimal untuk menjadi *teller*, *customer services* dan *funding officer* bank.



LEMBAGA KEUANGAN MIKRO

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai tahun ini mendapatkan tugas baru yakni menjalankan fungsi pembinaan dan pengawasan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia, berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang LKM.

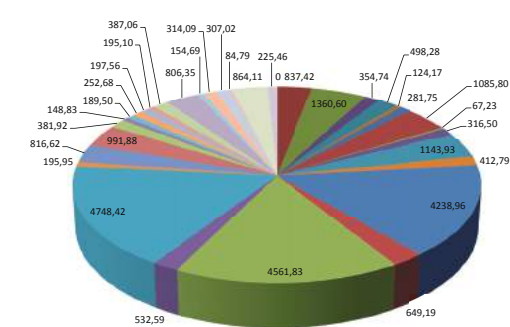
Dalam menjalankan fungsinya, bukanlah tugas yang mudah bagi OJK mengingat regulator belum bisa mendapatkan data yang komprehensif mengenai berapa jumlah LKM yang di Indonesia. Salah satu data yang digunakan adalah naskah akademik dari UU Nomor 1 Tahun 2013 tentang LKM yang diajukan DPR. Menurut data tersebut, jumlah LKM di seluruh Indonesia sebanyak 638.838 unit.

Untuk mempermudah pelaksanaan UU LKM, OJK melakukan nota kesepahaman dengan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) dan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemkop UKM). Koordinasi itu meliputi sosialisasi UU LKM, inventarisasi LKM yang belum berbadan hukum, penyusunan peraturan pelaksanaan UU LKM, dan pendataan SDM pemerintah daerah atau kota yang akan bertugas menjadi pembina dan pengawas LKM.

Dari hasil koordinasi itu, OJK mendapati bahwa hingga akhir Desember 2014 terdapat 19.334 LKM yang belum berbadan hukum. Berdasarkan UU tersebut, khusus untuk LKM yang sudah berdiri dan beroperasi sebelum berlakunya UU LKM seperti Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Badan Kredit Desa, Badan Kredit Kecamatan, Kredit Usaha Rakyat Kecil, Lembaga Perkreditan Kecamatan, Bank Karya Produksi Desa, Badan Usaha Kredit Pedesaan, Baitul Maal wa Tamwil, Baitul Tamwil Muhammadiyah dan lembaga lain yang dipersamakan dengan itu wajib memperoleh izin usaha melalui pengukuhan paling lambat tanggal 8 Januari 2016.

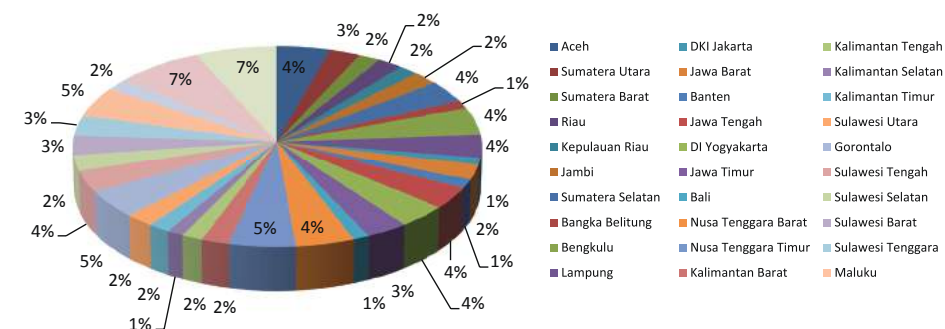
LKM ini menurutnya, sangat cocok dengan kebutuhan masyarakat menengah bawah yang ingin mendapatkan layanan produk dan jasa keuangan. Misalnya melalui kredit mikro, masyarakat bisa mengajukan modal kerja untuk usaha tani, peternakan dan usaha kecil lainnya yang notabene membutuhkan modal tidak terlalu besar. **OJK**

JUMLAH PENDUDUK MISKIN (SEPTEMBER 2014)



- Propinsi
- Riau
- Bangka Belitung
- Jawa Barat
- Jawa Timur
- Kalimantan Barat
- Sulawesi Utara
- Sulawesi Barat
- Papua
- Aceh
- Kepulauan Riau
- Bengkulu
- Banten
- Bali
- Kalimantan Tengah
- Gorontalo
- Sulawesi Tenggara
- Papua Barat
- Sumatera Utara
- Jambi
- Lampung
- Jawa Tengah
- Nusa Tenggara Barat
- Kalimantan Selatan
- Sulawesi Tengah
- Maluku
- Sumatera Barat
- Sumatera Selatan
- DKI Jakarta
- DI Yogyakarta
- Nusa Tenggara Timur
- Kalimantan Timur
- Sulawesi Selatan
- Maluku Utara

PERSENTASE PENDUDUK MISKIN (SEPTEMBER 2014)



DATA LKM YANG BELUM TERDAFTAR

LEMBAGA DANA DAN KREDIT PEDESAAN (LDKP): 1628

BADAN KREDIT DESA (SUMBER: BRI): 4615

LKM YANG DIDIRIKAN ATAS INISIATIF MASYARAKAT (BMT, BTM, DLL): 1250

UPPKS: 90.659

ISTILAH DALAM INDUSTRI KEUANGAN



AKTIVITAS REKENING	Semua mutasi yang dicatat di dalam rekening yang berasal dari, antara lain, penyetoran, penarikan, pengkreditan pendapatan, dan pembebanan biaya administrasi dalam periode tertentu; mutasi tersebut tercatat dalam rekening koran yang berdasarkan ketentuan harus diterbitkan setiap bulan agar dapat dicocokkan oleh nasabah pemegang rekening; sin. aktivitas akun (<i>account activity</i>).
AKUISISI	Pengambilalihan sebagian besar (lebih dan 50%) atau seluruh kepemilikan suatu bank (<i>acquisition</i>).
AKUMULASI	Tambahan secara berkala atas suatu jumlah pokok, misalnya laba atas modal atau cadangan, bunga atas simpanan atau utang pokok (<i>accumulation</i>) akun rekening (<i>account</i>).
AKUN AKTIF	Akun nasabah bank yang seringkali bermutasi berupa penyetoran dan atau penarikan (<i>active account</i>).
AKUN - PERAKUNAN	Proses pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisaran transaksi-transaksi perusahaan dalam nilai uang serta penyusunan laporan keuangan dan analisisnya; dengan demikian, dapat pula berarti bahwa perakunan merupakan sebuah sistem informasi untuk mengakumulasi, memproses, dan mengomunikasikan segala informasi yang berhubungan dengan transaksi keuangan dari para pelaku ekonomi (<i>accounting</i>).
AKUN - PERAKUNAN BEBAS	Pemberian jasa-jasa akuntansi kepada pemakai jasa oleh akuntan yang tidak terikat sebagai karyawan atau pegawai dari perusahaan pemakai jasa akuntansi (<i>public accounting</i>).
AKUN - PERAKUNAN BIAYA	Cabang ilmu akuntansi yang berhubungan dengan metode dan sistem pencatatan biaya langsung dan tidak langsung yang timbul dari jasa layanan bank pada berbagai unit dalam bank tersebut; perakunan biaya juga mencatat seluruh pengeluaran yang meliputi berbagai jenis biaya, seperti biaya <i>overhead</i> yang mencakup sewa gedung, peralatan dan biaya penunjang administrasi, gaji pimpinan, biaya pemasaran termasuk pemasangan iklan dan promosi (<i>cost accounting</i>).

AKUN - PERAKUNAN INFLASI	Akun yang menunjukkan dampak inflasi terhadap harga suatu aset dengan cara membandingkan nilai aset sekarang dengan nilai pada saat aset tersebut dibeli (<i>inflation accounting</i>).
AKUN ANTARBANK PASIVA	Jumlah kewajiban suatu bank kepada bank lain yang setiap dapat ditarik; misal: akun antarbank aktiva (<i>due to account</i>), akun ini hanya dikenal di Amerika Serikat (<i>dur to account</i>).
AKUN BUKAN PERSEORANGAN	Rekening yang tidak atas nama orang atau badan dan tidak menunjukkan utang piutang kepada pihak lain, misalnya rekening biaya, rekening bunga, dan rekening kas; perkiraan bukan perseorangan (<i>impersonal accounts</i>).
AKUN KAS	Akun yang berisi perincian jumlah uang kas yang masuk ataupun yang keluar; pencatatan ini akan menunjukkan sisa uang kas yang harus ada (<i>cash account</i>).
AKUN KOMPENSASI	Saldo akun simpanan pada bank pemberi kredit yang harus dipelihara debitur untuk jumlah tertentu sebagai imbalan minimum terhadap pemakaian kredit yang diterima (<i>compensating balance</i>).
AKUN PIHAK KETIGA	Akun pada bank asing dalam valuta asing atas nama nasabah bank tersebut (<i>loro account</i>).
AKUN RIIL	Akun yang saldonya pada akhir periode dipindahkan ke neraca periode berikutnya, misalnya akun harta, utang, dan modal (<i>real account</i>).
AKUN TAK-AKTIF	Akun tabungan yang tidak menunjukkan mutasi yang aktif, kecuali pencatatan pendapatan bunga pada jangka waktu tertentu; biasanya, saldo tabungan ini kecil, setiap bulan dibebani biaya jasa dalam jumlah tertentu; akun tidur (<i>dormant account</i>).
AKUN TERASURANSI	Akun pada suatu bank yang dijamin dengan asuransi kerugian (<i>insured account</i>).
AKUN TERBATAS	Akun yang hak penarikannya terbatas, misalnya akun yang diblokir (<i>restrictive assets</i>).
AKUN TRUST	Nama singkat untuk semua jenis akun yang ditangani oleh bagian trust di sebuah bank atau suatu perusahaan; istilah ini biasanya berlaku di Amerika Serikat; rekening trust (<i>trust account</i>).
AKUN WESEL DISKONTO	Perkiraan untuk membukukan wesel yang didiskonto, yaitu yang diambil alih oleh bank dengan harga setelah diperhitungkan bunganya (<i>bills discounted account</i>).
AKUNTAN	Orang yang mempunyai keahlian dan memenuhi persyaratan tertentu sebagai ahli di bidang akuntansi (<i>accountant</i>).
AKUNTAN PUBLIK	Akuntan yang memiliki izin praktik dari pemerintah sebagai akuntan swasta sehingga dapat memberikan jasa akuntansi kepada perusahaan dengan mendapatkan pembayaran tertentu (<i>public accountant</i>).
AKUNTANSI	Hal-hal yang menyangkut penyelenggaraan perakunan, baik teori maupun kebiasaan-kebiasaan, norma, prinsip-prinsip, dan sebagainya (<i>accountancy</i>) akur perdamaian yang telah disepakati, baik oleh pihak yang menanggung kerugian maupun pihak yang menyebabkan kerugian; kesepakatan ini biasanya dilakukan di depan hakim sehingga tidak akan menjadi masalah pada kemudian hari (<i>accord</i>).



TYAS MIRASIH

DEPOSITO, ASURANSI KESEHATAN DAN ASURANSI UMUM

Menjadi selebritis tidak lepas dari pasang surut. Pada saat permintaan syuting membanjiri maka pendapatan mereka juga akan membanjir. Namun ada saatnya pula mengalami penurunan permintaan syuting. Nah, pada saat itu perencanaan keuangan tampak menjadi hal yang sangat penting. Tyas Mirasih yang sudah bergelut dengan dunia *entertainment* sejak usia 12 tahun tentunya sudah mengalami fase tersebut. Asam dan garam sudah perah dirasakannya sepanjang berkarir sebagai artis. Selain untuk konsumsi, ia membagi penghasilan ke sejumlah produk-produk keuangan. "Perencanaan keuangan saya hanya masih di deposito saja, belum ke yang lain-lainnya. Paling aman sepertinya di deposito. Juga ini

saran dari keluarga juga," kata Tyas kepada Edukasi Konsumen. Untuk asuransi, perempuan yang membintangi film "Cinta Brontosaurus" ini juga sedia payung sebelum hujan. Untuk mengatasi masalah saat sakit, ia memiliki asuransi kesehatan pribadi. Tyas sudah menggunakan produk asuransi sejak tahun 2008. "Asuransi kita perlu saja, kalau misalkan sakit atau apa. Jadi ada yang meng-cover," tuturnya. Ia mengakui kalau asuransi jiwa justru belum. Ia justru mendaftarkan asuransi jiwa untuk orang tuanya. Untuk melindungi harta bendanya dari risiko kerusakan dan kehilangan, ia juga mengasuransikan mobilnya. Sebagai pengguna asuransi, Tyas mengatakan belum pernah mengalami pengalaman buruk dengan asuransi. "Klaim-klaim aman saja," pungkasnya.

Artis muda Dinda Kirana memiliki keinginan banyak dalam merencanakan masa depannya. Termasuk salah satunya merencanakan keuangan untuk dirinya sendiri. Perempuan kelahiran Tasikmalaya 19 tahun silam ini mengatakan, pengelolaan keuangannya sebagian besar masih dipegang oleh orang tuanya. Tabungan adalah salah satu produk jasa keuangan yang Dinda gunakan. "Mama saya juga sudah memberikan uang ke saya sebesar ini, ada simpanan untuk saya sendiri," kata Dinda. Ia mulai membagi uang tersebut untuk ditabung dan konsumsi kebutuhannya. Selain tabungan, ia juga berencana untuk menggunakan produk asuransi. "Saya sebenarnya sudah ajuin ke mama dan papa untuk ikut asuransi," kata bintang sinetron Pesantren & Rock 'n Roll ini. Ia juga mendapatkan informasi dari teman-

temannya mengenai pentingnya berasuransi. Namun, sementara ini ia memilih untuk memperdalam pengetahuan tentang produk-produk asuransi sebelum memutuskan untuk memilih jenis asuransi. Meski seorang artis, ia juga enggan untuk menggunakan kartu kredit. Ia melihat kartu kredit seperti hutang. Itu alasan utama perempuan yang sudah berkiprah di dunia *entertainment* sekitar 11 tahun ini.

TABUNGAN DAN PILIH-PILIH ASURANSI



DINDA KIRANA



ANDY BOIM

SEDIA PAYUNG ASURANSI

Rambut kribo menjadi salah satu identitas artis ini. Pria yang membintangi film "Manusia Setengah Salmon" ini memahami sekali makna untuk memproteksi diri dengan asuransi. "Saya ikut asuransi yang dikeluarkan salah satu bank. Itu asuransi kesehatan, karena takut-takut kenapa-kenapa," kata pria humoris ini. Itulah bagian perencanaan keuangan yang dilakukan oleh Andy Boim. Selain produk asuransi, Boim memang belum banyak tertarik untuk merencanakan keuangannya untuk produk-produk jasa keuangan lainnya. Ia tertarik untuk memiliki kartu kredit, tapi sebagai artis yang notabene tidak berpenghasilan tetap dan tidak berslip gaji mengalami kesulitan mendapatkan produk tersebut. "Jadi sekarang ya sudahlah kartu kredit tidak akan lolos," kata pria yang juga berprofesi sebagai DJ ini.

DEPOSITO DAN DOBEL PROTEKSI



FERLY "GGS" PUTRA

Pemeran sinetron "Ganteng-Ganteng Srigala", Ferly Putra mengalokasikan penghasilan sebagai artis ke berbagai produk keuangan. Deposito dan asuransi menjadi produk jasa keuangan pilihannya. "Asuransi pasti punya. Saya ada dua asuransi untuk mem-backup. Saya juga punya deposito, dan investasi tanah," kata Ferly "GGS". Dunia *entertainment* yang tak lepas dari para pendatang baru. Ini harus siap dihadapi setiap artis. Tak terkecuali oleh Ferly. Oleh karena itu, Ferly sudah mengalokasikan penghasilannya ke produk keuangan maupun non keuangan. Selain deposito dan asuransi, ia juga mengalokasikan pendapatannya untuk tanah dan properti. Ia memilih tanah karena nyaman dengan investasi tersebut. "Tanah harganya naik terus. Tidak mungkin rugi," kata Ferly.



RIDHO ILAHI

TABUNGAN MASA DEPAN

Ridho Ilahi pemeran dalam sinetron "Hati-Hati dengan Hati" memandang perencanaan keuangan sangat penting. "Perencanaan keuangan pasti kami lakukan, apalagi di dunia *entertainment* seperti jamur, tumbuh lagi dan tumbuh lagi pemain baru," kata bintang pemilihan model sebuah majalah ini. Pria yang berusia 26 tahun ini memiliki tabungan untuk mempersiapkan masa depan. Tidak hanya untuk dirinya saat ini, tapi tabungan keluarga saat nanti ia berkeluarga. Ia juga kepikiran untuk memiliki asuransi yang dibelinya sendiri, namun ternyata asuransi untuk dirinya sudah dibelikan oleh orang tuanya. Pria yang berasal dari Padang ini juga membangun bisnis. Memang sementara ini permodalan masih dari sendiri, belum mencoba untuk menggunakan kredit dari perbankan. Bisnis pembibitan dan peternakan ikan lele sedang digelutinya saat ini dan ke depan akan membangun bisnis *clothing*.



OJK LUNCURKAN TAGLINE SIGAP

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan *tagline* baru, SIGAP yang merupakan singkatan dari Santun, Informatif, Tanggap, dan Profesional. Peluncuran *tagline* tersebut bertepatan dengan dua tahun beroperasinya Layanan Konsumen Terintegrasi atau *Financial Costumer Care* (FCC) OJK.

Peluncuran yang dihadiri oleh seluruh Anggota Dewan Komisiner juga dihadiri oleh pemimpin redaksi dan redaktur senior media massa di lokasi Layanan Konsumen

OJK di Menara Radius Prawiro, Kompleks Perkantoran BI, Jakarta.

Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Kusumaningtuti S Soetiono mengatakan tujuan peluncuran *tagline* tersebut adalah untuk meningkatkan kualitas *knowledge management* dan SDM dalam pengelolaan FCC OJK.

"Hal ini menandai komitmen OJK untuk melayani lebih baik kepada masyarakat dan konsumen keuangan dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang

berkeseimbangan dengan tumbuh dan sehatnya industri keuangan di Indonesia," kata Kusumaningtuti dalam sambutannya, Rabu (21/1/2015).

Dia menjelaskan arti dari kata Santun dalam *tagline* tersebut ialah OJK selalu berupaya melayani keluhan nasabah secara santun apapun keluhannya. "Kemudian yang kedua Informatif, apakah itu keluhan baik yang mendasar atau tidak kita selalu berupaya untuk memberikan masukan yang informatif. Lalu yang ketiga, yakni Tanggap maksudnya, kita harus kerja cepat melayani

pengaduan dan mengurangi kendala yang terjadi. Sedangkan Profesional artinya kita akan bekerja sebaik mungkin dalam melayani keluhan secara profesional," jelasnya.

Lebih jauh Kusumaningtuti berharap *tagline* baru tersebut dapat memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya para konsumen di industri jasa keuangan. "Jadi dengan *tagline* ini mudah-mudahan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Kami harus terus memperbaiki kekurangan dan kecepatan serta pelayanan konsumen di seluruh Indonesia," kata Kusumaningtuti.

Makanya selain meluncurkan *tagline* SIGAP, OJK juga berkomitmen untuk mewujudkan didirikannya Pusat Edukasi dan Layanan Konsumen industri jasa keuangan pada tahun ini. "Secara bertahap kami merencanakan nantinya di setiap kantor regional/kantor OJK ada Pusat Edukasi dan Layanan Konsumen Keuangan," katanya.

Melalui Pusat Edukasi dan Layanan Konsumen tersebut, Kusumaningtuti berharap ke depan masyarakat akan mudah mengakses berbagai informasi yang terkait dengan industri jasa keuangan.

Selain hal tersebut, pada tahun 2015 ini OJK juga akan meningkatkan mobilitas edukasi keuangan dengan menambah armada SiMOLEK (Si Mobil Literasi Keuangan) yang disediakan untuk 35 kantor OJK di seluruh Indonesia.

"Mobil ini juga dapat dimanfaatkan oleh industri keuangan untuk mendatangi masyarakat dan memberikan informasi produk, layanan keuangan dan pengaduan masyarakat," katanya.

FCC merupakan layanan konsumen OJK yang diperuntukkan menyampaikan informasi, pertanyaan dan pengaduan masyarakat mengenai industri jasa keuangan

dengan nomor kontak 1500 655. FCC OJK sendiri telah didukung dengan teknologi terbaru yang mampu memberikan fasilitas *traceable* dan *trackable*.

Bertransaksi di bidang keuangan tentu bukannya tanpa risiko atau memiliki potensi sengketa sehingga OJK mengatur adanya kewajiban bagi PUJK untuk menyelesaikan pengaduan konsumen. Jika konsumen tidak puas terhadap penanganan pengaduan, maka konsumen keuangan dapat meneruskan sengketa ke pengadilan atau lembaga alternatif penyelesaian sengketa. OJK juga membantu untuk memediasi *dispute* antara konsumen dan industri jasa keuangan apabila konsumen tidak ingin meneruskan sengketa ke pengadilan. **OJK**



Selama 2014 dari total sekitar 2.000 pengaduan, lebih dari 800-900 ada di sektor perbankan dan tingkat penyelesaiannya sudah sampai 67%.

DUA TAHUN FCC TELAH BERIKAN MANFAAT BAGI MASYARAKAT

Tepat 21 Januari 2015 lalu, Layanan Pengaduan Konsumen atau *Financial Customer Care* (FCC) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) genap berusia dua tahun. OJK mengatakan bahwa fasilitas FCC OJK dalam layanan konsumen keuangan terintegrasi kini mulai memberikan manfaat bagi masyarakat dan konsumen keuangan di industri jasa keuangan.

"Layanan konsumen keuangan terintegrasi yang beroperasi semenjak pengawasan menjadi tanggung jawab OJK pada dua tahun yang lalu, mulai dirasakan manfaatnya oleh masyarakat," kata Direktur Pelayanan Konsumen OJK Sondang Martha Samosir saat merayakan dua tahun

beroperasinya FCC OJK di Menara Radius Prawiro, kompleks Perkantoran OJK, Jakarta, Rabu (21/1/2015).

Menurut Sondang hal itu bisa dilihat dari banyaknya masyarakat yang memanfaatkan layanan FCC OJK. Hingga 16 Januari 2015, layanan konsumen OJK telah memberikan sebanyak 31.553 layanan dengan rincian 4.244 penyampaian informasi, 24.191 pertanyaan dan 3.118 pengaduan.

"Dari total 3.118 pengaduan yang diterima OJK, sebanyak 346 pengaduan telah memenuhi syarat administrasi untuk ditindaklanjuti dengan verifikasi lanjutan dan fasilitasi penyelesaian," katanya. Ia menjelaskan bahwa dari 346 pengaduan tersebut, sebanyak 314 telah terselesaikan.

Sedangkan sisanya masih dalam proses lebih lanjut.

Menurutnya, dari 346 pengaduan yang memenuhi syarat administrasi, sebanyak 314 telah terselesaikan, termasuk di antaranya 30 pengaduan yang ditindaklanjuti dengan pembayaran oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) sebesar Rp4,33 miliar dari total tuntutan finansial pelapor sebesar Rp5,38 miliar atau 80,53% terselesaikan.

Kemudian untuk pengaduan terbanyak, Sondang menuturkan paling banyak pengaduan datang dari sektor perbankan. Jenis pengaduannya beragam mulai dari yang terkait agunan, kredit macet, dan alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) seperti kartu kredit, debit, dan *e-money*.

"Pengaduan terbanyak dari perbankan karena jumlah nasabahnya terbanyak dibanding pasar modal dan IKNB," katanya.

Dia menyebutkan selama 2014 dari total sekitar 2.000 pengaduan, lebih dari 800-900 ada di sektor perbankan dan tingkat penyelesaiannya sudah sampai 67%. Kemudian untuk pengaduan terkait lembaga asuransi dan pembiayaan kebanyakan masyarakat komplain soal cicilan kendaraan.

"Kalau lembaga pembiayaan berkaitan dengan cicilan kendaraan, setelah sekian kali *nggak bisa top up* langsung ditarik oleh lembaga pembiayaan dan ini yang bikin komplain karena *nggak ada* kelonggaran keterlambatan. Untuk pasar modal, jumlahnya paling sedikit karena jumlah nasabahnya masih minim," jelas dia.

Sementara itu, lanjut Sondang, untuk masyarakat yang paling banyak memanfaatkan pengaduan di OJK ialah masyarakat yang berasal dari daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek).

Menurutnya, hal ini disebabkan karena masyarakat di daerah belum banyak yang mengetahui layanan konsumen OJK. Oleh

karena itu, sengketa yang meliputi industri keuangan tidak diajukan ke OJK, melainkan langsung dibawa ke jalur hukum seperti pengadilan.

Oleh sebab itu, agar dapat meningkatkan edukasi dan pelayanan konsumen, regulator berkomitmen untuk mewujudkan kehadiran Pusat Edukasi dan Layanan Konsumen di daerah-daerah pada tahun ini. Secara bertahap nantinya di setiap kantor Regional/kantor OJK di daerah akan ada Pusat Edukasi dan Layanan Konsumen Keuangan. Melalui pusat edukasi dan layanan konsumen tersebut, OJK berharap masyarakat nantinya mudah mengakses berbagai informasi terkait industri jasa keuangan

Sebagai informasi, FCC merupakan layanan konsumen OJK yang diperuntukkan dalam menyampaikan informasi, pertanyaan dan pengaduan masyarakat mengenai industri jasa keuangan dengan nomor kontak (kode area) 1500 655.

FCC OJK sendiri telah didukung dengan teknologi terbaru yang mampu memberikan fasilitas *traceable* dan *trackable*. *Traceable* adalah fitur yang dapat diakses PUJK untuk mengetahui dan/atau mengambil

alih konsumen kepada lembaganya untuk diupayakan penyelesaian.

Sementara *trackable* adalah fitur yang dapat diakses oleh konsumen (sebagai pelapor) untuk mengetahui status perkembangan pengaduannya. Beberapa otoritas pengawas dari berbagai negara seperti Bank Negara Malaysia berminat untuk belajar dari OJK mengenai sistem FCC ini.

OJK terus berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan serta keperluan akses keuangan masyarakat. Sinergi dengan pemerintah pusat dan daerah, PUJK, perguruan tinggi, LSM, dan segenap masyarakat agar akses keuangan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. **OJK**





Jumpa Pers OTORITAS JASA KEUANGAN



OJK WAJIBKAN SELURUH SEKTOR JASA KEUANGAN MILIKI LAPS TAHUN INI

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menargetkan seluruh industri jasa keuangan di masing-masing sektor harus membentuk Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) paling lambat akhir tahun ini. OJK akan menggandeng asosiasi di masing-masing industri untuk membentuk LAPS tersebut.

Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Kusumaningtuti S Soetiono mengatakan LAPS sangat penting untuk memediasi, adjudikasi dan arbitrase dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK).

"OJK mengatur PUJK untuk menyelesaikan pengaduan atau sengketa antara mereka

dengan konsumennya. Namun jika konsumen tidak puas terhadap penanganan pengaduan tersebut, maka dia dapat meneruskan sengketa ke pengadilan atau LAPS," kata Kusumaningtuti saat ditemui pada peluncuran buku literasi keuangan untuk tingkat SMP di Jakarta (23/2/2015).

Dia mengatakan hingga saat ini baru dari sektor pasar modal, asuransi, modal ventura dan dana pensiun yang telah memiliki LAPS. Sementara industri perbankan dan perusahaan pembiayaan belum memiliki LAPS.

"Saat ini baru ada Badan Arbitrase Pasar Modal Indonesia (BAPMI) di sektor pasar modal, Badan Mediasi Asuransi Indonesia (BMAI) di industri asuransi, Badan Mediasi Dana Pensiun (BMDP) di bidang dana pensiun,

dan di modal ventura ada Badan Arbitrase Modal Ventura Indonesia (BAMVI)," kata Kusumaningtuti.

Lebih lanjut dia mengatakan sudah ada 200 kasus yang diterima BMAI per tahunnya, sementara BAPMI enam kasus, sedangkan BMDP dan BAMVI belum ada kasus yang diselesaikan.

"Kasus yang diselesaikan BMAI lebih banyak melalui proses mediasi ketimbang adjudikasi," ujarnya.

Sementara itu khusus industri perbankan dan pembiayaan, Kusumaningtuti menuturkan pihaknya menargetkan kedua lembaga tersebut sudah memiliki lembaga mediasi sendiri pada akhir tahun ini.

"Makanya pada Triwulan I tahun 2015 OJK akan mengeluarkan daftar LAPS di industri

jasa keuangan.

Saat ini OJK tengah berdialog dan memfasilitasi kebutuhan LAPS baik yang sudah berdiri maupun yang masih dalam proses pembentukan. Jadi LAPS akhir tahun ini sudah harus mulai beroperasi, berarti secara badan hukumnya sudah diproses semua," pungkasnya.

Kusumaningtuti menjelaskan untuk industri perbankan sendiri sebenarnya sudah ada, namun saat ini masih terkendala urusan perizinan. "Sudah ada, sudah ada (LAPS Perbankan) sebentar lagi mau di-launch bulan Maret ini. Sebenarnya ini cuma masalah proses akta saja tapi sudah selesai kok. makanya nanti mau kita bicarakan dan adakan konferensi pers mengenai ini di bulan Maret," paparnya.

Dia berharap apa yang ditargetkan regulator segera terpenuhi tahun ini, karena selain bisa memediasi sengketa antara konsumen dan PUJK, LAPS juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap industri jasa keuangan.

"Sayang kalau sampai LAPS tidak jalan karena maksudnya ini untuk mencegah jangan sampai masyarakat itu takut untuk menjadi nasabah. Malah dengan adanya ini mereka makin percaya dengan industri jasa keuangan dan tingkat inklusi keuangannya bisa makin tinggi gitu," jelas Kusumaningtuti.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, OJK mewajibkan semua industri jasa keuangan untuk memiliki LAPS yang fungsinya memberikan perlindungan konsumen apabila terjadi sengketa antara konsumen dan PUJK.

Adapun latar belakang kewajiban pembentukan LAPS ini adalah sering tidak tercapai kesepakatan antara konsumen

Sudah ada 200 kasus yang diterima BMAI per tahunnya, sementara BAPMI enam kasus, sedangkan BMDP dan BAMVI belum ada kasus yang diselesaikan.

dengan PUJK. Oleh karena itu, diperlukan LAPS yang mampu menyelesaikan persengketaan dengan cepat, murah, adil dan efisien.

Selain kewajiban pembentukan LAPS, POJK itu juga mengatur agar setiap PUJK wajib memiliki unit kerja yang berfungsi untuk menangani dan menyelesaikan pengaduan yang diajukan konsumen.

Kemudian PUJK juga wajib menunjuk satu orang pegawai di setiap kantor PUJK untuk menangani penyelesaian pengaduan konsumen tersebut. **OJK**

Launching Buku Mengenal Otoritas Jasa dan Industri Jasa Keu

Tingkat SMP

Departemen Literasi dan Inklusi K
Jakarta, 23 Februari 2015



Materi yang disampaikan dalam buku untuk SMP tersebut meliputi pengenalan tentang OJK dan industri jasa keuangan seperti Perbankan, Asuransi, pembiayaan, Pasar Modal, Dana Pensiun, dan Pergadaian.

internet sehingga para siswa dapat memiliki gambaran nyata mengenai materi yang diajarkan.

"Buku ini sangat aplikatif karena dalam proses penyusunannya melibatkan pelaku usaha di sektor jasa keuangan, sehingga materi-materi yang terdapat dalam buku ini merupakan pengetahuan dasar yang mengacu pada praktik dan kondisi riil di lapangan," jelas Kusumaningtuti.

Sebagai tindaklanjut dari peluncuran buku "Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan", maka OJK akan melakukan uji coba penggunaan buku dimaksud pada 1521 SMP yang tersebar di seluruh Indonesia.

Berdasarkan data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, saat ini jumlah siswa didik untuk tingkat SMP/MTs di seluruh Indonesia adalah sebanyak 8 juta siswa.

Menurutnya, melalui buku ini diharapkan para siswa tersebut akan memperoleh bekal pengetahuan dan keterampilan mengenai penggunaan produk dan jasa keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan di masa depan.

Sedangkan untuk materinya, Kusumaningtuti menuturkan buku literasi keuangan tingkat SMP ini dibuat lebih ringkas, sederhana dan sangat mendasar agar pelajar SMP mudah memahami tentang industri jasa keuangan. Hal ini bisa dilihat ketebalan bukunya yang setebal 61 halaman. Sementara buku literasi keuangan tingkat SMA memiliki ketebalan 167 halaman.

"SMA lebih detil, mendalam dan lebih banyak sehingga bukunya juga lebih tebal. Tapi prinsipnya bahwa memperkenalkan jenis, bagaimana mekanisme kerjanya dan cara pengenalannya ada di SMP cuma jauh lebih sederhana dibandingkan SMA," ungkap dia.

OJK LUNCURKAN BUKU LITERASI KEUANGAN BAGI SISWA SMP

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan buku literasi keuangan tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjudul Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan di SMP Lab School Kebayoran, Jakarta, Senin (23/2/2015). Sebelumnya OJK juga telah meluncurkan buku dengan judul yang sama pada tahun lalu dan diujicobakan di 1.270 SMA di Indonesia.

Ketua Dewan Komisiner OJK Muliawan D. Hadad menjelaskan bahwa peluncuran buku ini tak lepas dari peran Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) serta Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dalam menyusun materi literasi keuangan untuk jenjang pendidikan formal tingkat SMA dan SMP dalam bentuk buku.

Dia menilai penerbitan buku literasi keuangan untuk SMP ini perlu agar siswa mulai mengenal perencanaan keuangan sejak dini. Selain itu juga untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para siswa mengenai produk dan jasa keuangan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

"Ini merupakan implementasi dari salah satu pilar Strategi Nasional Literasi Keuangan yaitu menyusun materi literasi keuangan mencakup seluruh sektor jasa keuangan untuk setiap jenjang pendidikan formal," kata Muliawan saat meluncurkan buku tersebut di Jakarta.

Lebih lanjut Muliawan menuturkan pihaknya juga akan terus bekerjasama dengan Kemendikbud melalui jalur-jalur formal dalam mengenalkan industri keuangan kepada

siswa dan guru.

"Salah satunya adalah dengan mendukung penyediaan laboratorium bank atau asuransi dan bank mini di sekolah-sekolah," tutur Muliawan.

Senada dengan Muliawan, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Anies Baswedan juga menilai bahwa pendidikan keuangan memang sudah sepatutnya dikenalkan dan diajarkan sejak dini. Pasalnya menurut Anies, pengetahuan tentang keuangan telah menjadi dasar dalam kehidupan sehari-hari.

"Saya sangat mengapresiasi penerbitan buku ini baik dari pihak Kemendikbud, OJK dan instansi lainnya yang turut bekerja sama di dalamnya. Pemahaman tentang keuangan sekarang sangat mendasar sekali. Anak-anak kita akan hidup di era yang berbeda. Mereka akan hidup di era di mana aktivitas keuangan

moderen adalah bagian dari keseharian," jelas dia yang juga berkesempatan hadir dalam peluncuran buku tersebut.

Dengan diterbitkannya buku ini, Anies berharap informasi tentang industri jasa keuangan dapat dirasakan oleh seluruh pelajar SMP di Indonesia, baik yang di kota maupun di desa.

"Buku ini akan disebar ke seluruh sekolah SMP yang ada di seluruh Indonesia. Pendidikan ini bukan hanya milik pelajar kota, tapi pelajar desa di seluruh Indonesia. Semua penting mengenal jasa keuangan, biar masyarakat desa juga pandai memanfaatkan teknologi dan informasi," tukasnya

Sementara itu, Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Kusumaningtuti S. Soetiono menjelaskan materi yang disampaikan

dalam buku untuk SMP tersebut meliputi pengenalan tentang OJK dan industri jasa keuangan seperti Perbankan, Asuransi, pembiayaan, Pasar Modal, Dana Pensiun, dan Pergadaian.

"Penyusunan materi buku dilakukan dengan meminta masukan dari perwakilan pelaku usaha jasa keuangan sehingga materi yang ada dapat menggambarkan industri jasa keuangan secara nyata, dan menekankan aspek peningkatan pengetahuan atau pemahaman, keterampilan, dan sikap," kata Kusumaningtuti.

Melalui buku ini, dia berharap agar materi yang disampaikan dapat mendorong para siswa untuk melakukan pengamatan langsung, baik itu melalui pengamatan di lapangan dan melakukan penelitian sederhana dengan mencari informasi di



Sementara itu untuk buku literasi keuangan tingkat Sekolah Dasar (SD), tim OJK bersama dengan pihak terkait sedang membuat buku tersebut. Bedanya dengan buku literasi keuangan tingkat SMP dan SMA adalah bahwa pengenalan OJK dan industri jasa keuangan untuk tingkat SD akan diberikan alat peraga selain buku.

“Kalau di SD sedang dibuat, malah nanti pakai alat peraga ada semacam *booklet*-nya bukan cuma bukunya. Contohnya kalau misalkan bank, kita buat alat peraga seperti apa *customer service* bank dan lain-lain. Dengan begitu mereka jadi lebih mudah ingat,” terang Kusumanintuti.

Setelah melakukan ujicoba di sekolah-sekolah SMP di Indonesia, rencananya buku literasi keuangan tingkat SMP ini akan masuk dalam materi pengayaan untuk mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) bagi

siswa kelas VII, VIII dan IX.

Rinciannya adalah siswa kelas VII akan mempelajari tentang jenis-jenis kelembagaan ekonomi, fungsi dan peran kelembagaan ekonomi pada kelas VIII, dan manfaat kelembagaan ekonomi pada kelas IX.

Selain menasar kalangan pelajar, OJK juga memberikan pembekalan materi industri jasa keuangan kepada perwakilan guru mata pelajaran IPS di Indonesia.

“Sebelumnya pada 2-3 Februari 2015 OJK menggelar *Training of Trainers* di Jakarta yang ditujukan kepada 66 guru mata pelajaran IPS dan merupakan perwakilan dari seluruh Indonesia,” ungkap Kusumaningtuti.

Dia mengungkapkan, kegiatan ini digelar untuk membekali materi OJK dan Industri Jasa Keuangan kepada para guru yang akan menjadi perpanjangan tangan OJK dalam menyampaikan materi kepada para siswa di

seluruh Indonesia.

Dalam peluncuran buku tersebut dihadiri oleh Ketua Dewan Komisioner OJK Muliaman D Hadad, Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK Kusumaningtuti S Soetiono bersama Pimpinan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Buku Literasi Keuangan untuk SMP ini juga sebelumnya sudah diperkenalkan pertama kali pada 5 Februari 2015 lalu di SMPN 8 Malang Jawa Timur.

Muliaman menjelaskan bahwa OJK sejak tahun 2014 sudah bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta pelaku Industri Jasa Keuangan untuk menyusun materi literasi keuangan untuk jenjang pendidikan formal tingkat SMA dan SMP dalam bentuk buku. [OJK](#)