

EDUKASI KONSUMEN

JEMBATAN INFORMASI OTORITAS, INDUSTRI & MASYARAKAT

Edisi : Agustus 2014 Th.II



TANAMKAN LITERASI KEUANGAN SEJAK DINI

Siswa SMA Semua Jurusan Pelajari OJK dan IJK

PENGAWASAN TERPADU
CEGAH RISIKO SISTEMIK

PERSPEKTIF

Fakhri Hilmi.
Pengembangan Pasar Ritel Lokal
Dalam Kerangka Capital Market
Deepening

INSPIRASI

Nurhaida.
Selaraskan Cita-cita
Dan Integritas
Sang Srikandi Pasar Modal





OTORITAS
JASA
KEUANGAN

**SELAMAT HARI RAYA IDUL FITRI
1 SYAWAL 1435 H / 2014 M**

Minal Aidin Wal Faidzin - Mohon Maaf Lahir dan Batin



**CERDAS MENGELOLA
MASA DEPAN SEJAHTERA**



<http://sikapiuangmu.ojk.go.id/>

MENANGKAL INVESTASI BODONG SEJAK DINI

Investasi bodong masih saja mendapat kesempatan untuk menyeret korbannya. Kondisi tersebut sangatlah miris. Hanya karena iming-iming bunga atau pendapatan yang besar, tanpa berpikir panjang lebar menjatuhkan pilihan investasinya kepada investasi bodong. Padahal sebagaimana hukum besi investasi: untuk mendapatkan pendapatan yang besar maka risiko besar harus siap dihadapi, begitu pula sebaliknya. Namun sayangnya, saat terbius dengan *return* yang besar, orang bisa gelap mata.

Oleh karena itu, tak bosan-bosannya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama lembaga lainnya untuk bersama-sama meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia. Literasi keuangan memiliki peran yang sangat strategis dalam menangkali jebakan-jebakan investasi bodong. Masyarakat yang telah terliterasi akan berpikir panjang bila beredar tawaran yang tidak masuk akal dalam konteks keuangan.

Upaya OJK memasukkan pengetahuan mengenai industri jasa keuangan dalam kurikulum adalah upaya sistematis yang dilakukan OJK dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk menanamkan sejak dini mengenai industri jasa keuangan. Masuknya buku Mata Pelajaran Ekonomi kelas X yang berjudul Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan (IJK) menunjukkan langkah serius membangun literasi keuangan dari kelompok anak muda yang akan menentukan masa depan.

Senin (14/7/2014), buku tersebut dirilis. Peluncuran buku tersebut diperuntukkan bagi siswa SMA ini dilangsungkan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 8 Jakarta. Semoga langkah ini menjadi langkah besar untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

EDUKASI KONSUMEN

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

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

DAFTAR ISI

- 1 Salam Redaksi** 1
Menangkal Investasi Bodong Sejak Dini
- 2 Inspirasi** 4
Selaraskan Cita-Cita dan Integritas Sang Srikandi Pasar Modal
- 3 Perspektif** 10
Pengembangan Pasar Ritel Lokal Dalam Kerangka *Capital Market Deepening*
- 4 Sorot Utama** 12
Waspada Jebakan Investasi Bodong
Tren Ivestasi Bodong, Tantangan Bagi OJK
Mengejar Literasi Keuangan, Proteksi Keuangan
Pilih Investasi Emas Berlabel Syariah
Tanamkan Literasi Keuangan Sejak Dini
Kupas Tuntas Buku Pengayaan OJK
Siswa SMA Kelas X Mulai Pelajari OJK dan IJK
Pendapat Masyarakat Tentang Materi OJK dan Buku Pengayaan
- 5 Fokus Perbankan** 26
Pengawasan Terpadu Cegah Risiko Sistemik
GRC Mendeteksi Secara Dini Kesehatan Konglomerasi
- 6 Fokus IKNB** 31
Fidusia: Lindungi Multifinance dan Konsumen
Mendorong Bancassurance yang Sehat
Menyorot Persaingan Usaha *Bancassurance*





44

7 Fokus Global 40

OJK Paparkan Program Literasi Keuangan di Forum INFE

8 Tinjauan Regulasi 42

Dinilai Meresahkan, OJK Larang PUJK Tawarkan Produk Lewat Sarana Komunikasi Pribadi

9 Telaah Produk 44

ARMS, Melindungi Investasi Nasabah



50

10 Komunitas Keuangan 46

Ikhtiar Mendorong Asuransi Mikro

11 Bisnis Pemula 48

e-commerce dan Generasi Melek Sektor Keuangan

12 Muda 50

Menggesek Kartu Kredit dengan Bijak

13 Tips 54

Tips Memilih Investasi yang Tepat Sesuai Profil Risiko

14 Galeri Pendapat 56

Perbankan Syariah di Mata Publik



56

15 Kabar Otoritas 60

Gelar Safari Ramadhan, OJK Sasar Guru Ekonomi Se-Jabodetabek

OJK Gelar ToT Bagi Guru Ekonomi Se-Indonesia

Gorontalo Jadi Kota Ke-12 yang Mendapat Kunjungan OJK

16 Selebritas 63

Giring Nidji: Kenal Pasar Modal Sejak Lama

Kevin Aprilio: Jatuh Hati Pada Investasi Pasar Mata Uang



63

SELARASKAN CITA-CITA DAN INTEGRITAS SANG SRIKANDI PASAR MODAL

NURHAIDA

*Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK /
Anggota Dewan Komisiner OJK*

Nurhaida adalah sosok penting dalam jajaran pejabat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang membawahi pengawasan pasar modal. Sejarah mencatatkan dirinya sebagai wanita pertama yang menjabat sebagai Ketua Badan Pengawasan Pasar Modal Lembaga Keuangan (Bapepam LK). Pada 2012, ia merupakan satu dari dua wanita diantara sederet nama pria yang menduduki jabatan elit sebagai Anggota Dewan Komisiner OJK. Sebagai pemangku kebijakan di pasar modal, ia punya mimpi tinggi mengantar pasar modal Indonesia *leading* di ASEAN.

Nurhaida lahir di Sumatera Barat pada 27 Juni 1959. Ia menyelesaikan pendidikan strata satunya pada jurusan Teknik Kimia Tekstil di Institut Teknologi Tekstil Bandung. Nurhaida kemudian meraih gelar masternya di Indiana University, Amerika Serikat.

Wanita berhijab ini memulai karir pentingnya di Departemen Keuangan pada 1997 sebagai Kepala Bagian Bina Wakil Perusahaan Efek, Biro Transaksi dan Lembaga Efek, Bapepam. Mayoritas karir yang dilakoninya di Bapepam memang tak pernah jauh dari industri pasar modal. Tugasnya sebagai staf ahli bidang kebijakan dan regulasi jasa keuangan dan pasar modal Kementerian Keuangan menjadi lompatan pertamanya menjajaki jabatan elit di Kementerian Keuangan. Kemampuannya memegang tampuk sebagai Plt. Ketua Bapapem-LK rupanya menyita perhatian Agus Martowardjojo yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Keuangan. Tepatnya Februari 2011, ia pun dipercaya penuh memegang jabatan sebagai Ketua Bapepam LK menggantikan Fuad Rahmany.

Sejak awal meniti karir, Nurhaida langsung jatuh cinta kepada industri pasar modal yang digelutinya ini. Meski berlatar belakang sebagai sarjana teknik, yang notabene di luar jalur keuangan, Nurhaida tak merasa itu menjadi sebuah kendala apalagi halangan. Ia pun tekun mempelajari lekuk liku industri pasar modal di Indonesia yang menurutnya begitu dinamis.

Dari waktu ke waktu sepanjang titian karirnya, Nurhaida melihat pasar modal ini perlu dikembangkan lebih cepat. "Dari pekerjaan yang di lakukan sehari-hari, saya melihat masih banyak hal yang bisa kita kembangkan, tentu dengan segala macam *challenging*-nya dan kendala-kendala yang ada. Itu yang membuat saya tertarik dan ingin menjadi bagian dari perkembangan pasar



“Jika 10% saja bisa masuk ke pasar modal maka akan sangat membantu perkembangan pasar modal. Kemudian dari puluhan ribu perusahaan yang ada, jika 4-5 ribu saja masuk ke pasar modal maka akan sangat berkontribusi bagi percepatan perkembangan pasar modal.”

modal di Indonesia,” ujarnya.

Bicara soal potensi, Nurhaida pun memaparkan bahwa meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia sebagai salah satu potensi yang dimiliki untuk membesarkan industri pasar modal. Menurutnya, jika 10% saja bisa masuk ke pasar modal maka akan sangat membantu perkembangan pasar modal. Kemudian dari puluhan ribu perusahaan yang ada, jika 4-5 ribu saja masuk ke pasar modal maka akan sangat berkontribusi bagi percepatan perkembangan pasar modal. Jadi ketika bicara soal obsesi untuk dapat berkompetisi di ASEAN maka pekerjaan rumah yang harus dilakukan adalah bagaimana menggunakan pilar-pilar pendukung atau potensi yang dimiliki itu untuk mencapai tujuan tersebut.

Nurhaida mengakui, bahwa apa yang diangkannya untuk dapat berkompetisi di ASEAN bukanlah sesuatu yang mudah. Tidak cukup waktu setahun, dua tahun untuk bisa menuju ke sana. Artinya, ada *staging* atau tahapan-tahapan yang harus dilalui. Tahapan-

tahapan itulah yang harus diupayakan secara bersama, baik regulator, praktisi pasar modal dan juga masyarakat Indonesia.

KONTRIBUSI PASAR MODAL TERHADAP PEREKONOMIAN NASIONAL

Peran pasar modal terhadap perekonomian nasional sangat penting. Pasar modal merupakan tempat yang tepat dalam mencari dana dalam rangka penyediaan modal jangka panjang. Kemudian bagi pihak-pihak yang membutuhkan sarana investasi, pasar modal juga bisa menjadi sarana investasi.

Yang juga tidak kalah penting adalah bahwa di pasar modal sangat mementingkan apa yang disebut *Good Corporate Governance* (GCG). Artinya siapapun yang masuk ke pasar modal wajib mematuhi prinsip GCG. Oleh karenanya, OJK tengah mendorong peningkatan jumlah emiten dengan mengajak korporasi untuk masuk ke pasar modal. Dengan adanya GCG yang bagus maka kita harapkan semua pelaku industri yang ada



di industri keuangan itu akan bisa melakukan kegiatan dengan baik dan transparan. Dengan pengelolaan yang baik maka perusahaan dapat berkembang dan pada akhirnya akan menjadi pendukung pertumbuhan perekonomian.

Nah, kalau kita lihat seberapa besar sebetulnya peran dari pasar modal terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu indikatornya adalah seberapa besar *market capitalization* pasar modal Indonesia terhadap *gross domestic product* (GDP). Faktanya, besaran kapitalisasi pasar terhadap GDP di negara kita belum seperti di negara-negara berkembang. Saat ini, kontribusinya baru mencapai sekitar 40-50%. Porsi ini tentu masih sangat kecil jika dibandingkan dengan negara lain di mana industri pasar modalnya sudah lebih maju.

Sebut saja Singapura. Di sana, *market capitalization*-nya sudah mencapai hingga 200% dari GDP. Jadi jika kita melihat dari indikator tersebut bisa disimpulkan bahwa di negara yang perekonomiannya sudah maju, kapitalisasi pasar di pasar modal juga lebih besar, atau paling tidak sebanding dengan peran dari sektor keuangan lainnya, seperti perbankan, perasuransian, dana pensiun dan lainnya. Karena pada dasarnya memang, mobilisasi dana itu adanya pada pasar

“ Kurang pemahaman tentang investasi bisa terjebak investasi bodong ”

modal. Kalau kita melihat seperti itu, maka peran dari pasar modal Indonesia terhadap perekonomian itu sangat penting.

Berdasarkan kajian dan riset OJK, perekonomian yang bertumbuh dengan baik, atau yang sudah berkembang (*more developed market*) itu memang peran pasar modal itu tinggi sekali. Itupula yang kini tengah diupayakan pemerintah. Tentu, imbuhan Nurhaida, harus ada *effort* dan usaha ke arah sana.

Saat ini, lanjut Nurhaida, OJK sedang mengkaji permasalahannya. Apa yang membuat peran pasar modal tidak sebesar perbankan. Dari hasil riset terungkap bahwa salah satunya adalah karena *knowledge* atau pemahaman masyarakat. Jika dibandingkan,

antara pasar modal dan perbankan, pemahaman masyarakat terhadap pasar modal jauh lebih rendah dibandingkan dengan pemahaman masyarakat terhadap perbankan. Mengapa? Sebab kegiatan yang dilakukan di perbankan itu memang merupakan kegiatan masyarakat sehari-hari. Bagi orang yang punya dana, baik besar maupun kecil, mereka akan mencari tempat untuk menyimpan, yaitu perbankan. Berbeda dengan pasar modal. Kalau di pasar modal, dana yang akan dimasukkan ke pasar modal biasanya merupakan kelebihan dana. Selain tentunya memang karena perbankan sendiri juga sudah lebih berkembang dari awal dibandingkan dengan pasar modal.

Yang menarik adalah terkait dua

kriteria survei yang dilakukan OJK. Pertama, mengenai pengetahuan tentang sektor keuangan ini. Yang kedua, adalah utilisasi, atau penggunaan dari sektor tersebut. Di perbankan, penggunaan sektor perbankan oleh masyarakat itu lebih tinggi daripada pemahaman masyarakat tentang perbankan itu sendiri. Artinya, *knowledge* masyarakat tentang perbankan itu persentasinya lebih rendah ketimbang utilisasi dari sektor perbankan itu sendiri. Sebaliknya, untuk pasar modal, utilisasi itu lebih rendah daripada pengetahuan.

Data survei menyebutkan pemahaman masyarakat Indonesia tentang pasar modal itu mencapai 4%, sementara utilitasnya masih di bawah 1%. Untuk perbankan, pemahaman itu sekitar 60%, tetapi utilitasnya bisa mencapai 70%. Jadi kesimpulan dari hasil survei tersebut adalah pasar modal ini masih perlu dikenalkan lebih jauh. Bagaimana caranya?

Ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan. Dari sisi investor misalnya, agar pasar modal lebih dikenal dan digunakan lebih jauh oleh masyarakat maka masyarakat harus dikenalkan dulu pada produk pasar modal. Kita perkenalkan bahwa ada alternatif investasi yang bisa digunakan oleh investor. Kalau mereka melakukan investasi dengan cara yang benar, dengan kehati-hatian yang cukup, dengan pemahaman yang cukup maka mereka bisa mendapatkan *return* yang lebih tinggi dibandingkan mereka masukkan dalam produk perbankan seperti deposito dan lainnya.

Dari sisi emiten, kita perlu memperkenalkan bahwa melalui pasar modal bisa dilakukan pendanaan untuk mengembangkan perusahaan. Perusahaan dapat mencari pendanaan di pasar modal, baik melalui penawaran umum saham atau penawaran umum surat utang.

Jadi itulah upaya yang dilakukan OJK dalam mendorong peningkatan jumlah emiten maupun investor. Dari sisi *supply*-nya yakni akan ada lebih banyak emiten yang masuk ke pasar modal sehingga akan ada banyak alternatif investasi yang bisa ditawarkan. Dari sisi permintaan, mendorong jumlah investor dengan memberikan berbagai produk di pasar modal.

Selain mendorong jumlah emiten dan investor, OJK juga berupaya membangun *market confidence* di pasar modal. Sebab pasar modal tidak akan bisa berkembang tanpa adanya *market confidence*. *Market confidence* bisa dibangun dengan beberapa hal yaitu, satu, pengaturan yang jelas. Dua, sistem yang terstruktur dengan baik. Tiga,

adanya perlindungan terhadap investor. Perlindungan investor ini bisa didapat jika sistem berjalan dengan baik. Beberapa hal ini perlu diupayakan dalam rangka membangun *market confidence*.

Masih dalam rangka mempercepat pengembangan pasar modal, OJK juga melakukan *low enforcement* dan efisien pasar. Tentunya dengan dukungan infrastruktur yang terstruktur dengan baik. Dan itu semua sudah dan akan terus dikembangkan oleh OJK.

Nurhaida juga melihat bahwa pengembangan produk menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan pasar modal. Saat ini ada dua produk yang cukup berkembang, yakni saham dan obligasi. Kemudian yang juga cukup diminati adalah *corporate bonds* dan *government bonds*. Namun, menurut Nurhaida, kita masih memiliki *challenge* yang cukup besar dalam pengembangan produk derivatif.

Instrumen surat utang misalnya, tidak bisa berkembang dengan baik jika produk derivatifnya belum ada. Karena pada saat suatu pihak memegang instrumen surat utang, dia perlu derivatif untuk melakukan *hedging*, misalnya. Kalau ini tidak berjalan dengan baik, *liquidity* di pasar menjadi tidak ada. Akhirnya, minat orang untuk memegang surat utang itu menjadi berkurang.

Upaya OJK untuk meningkatkan jumlah investor, meningkatkan jumlah emiten, meningkatkan jenis produk, memperbaiki sistem, meningkatkan *enforcement*, meningkatkan GCG sebenarnya sudah berjalan sejak beberapa tahun yang lalu. Semua perangkat ini sudah dibuat dan diimplementasikan sejak tahun lalu.

Untuk meningkatkan *market confidence* misalnya. OJK membentuk lembaga perlindungan konsumen. Tahun lalu, OJK membentuk IPF (*Investor Protection Fund*) atau dana perlindungan pemodal. Implementasi IPF sudah disiapkan dan dikembangkan sejak

2-3 tahun lalu.

Dalam rangka membangun efisiensi pasar perlu suatu sistem perdagangan atau di *secondary market* yang terintegrasi. Untuk itu, tahun lalu OJK juga sudah lakukan STP. Nah STP tidak berhenti di sini, karena kita juga kembangkan dengan membentuk salah satu cabang STP, atau semacam *building block*-nya yaitu SID (*Single Investor ID*). SID yang sudah kita miliki sekarang adalah untuk nasabah yang di *brokerage*. Namun kita akan kembangkan lagi *single investor ID* untuk nasabah reksadana.

INVESTASI BODONG LAHIR KARENA KURANGNYA PEMAHAMAN

Untuk berinvestasi di pasar modal memang diperlukan pemahaman produk yang baik. Investor sebaiknya memahami tipe atau jenis produk yang akan menjadi sasaran investasi. Investor yang bagus adalah investor yang memahami produknya, plus-minus produk tersebut, dan juga risiko yang menyertai produk tersebut.

Dalam investasi dikenal istilah *high risk, high return*. Artinya, untuk mendapatkan *return* yang tinggi dia harus berinvestasi pada instrumen yang risikonya lebih tinggi. Mereka yang tidak siap risikonya, maka dia juga harus siap menerima *return* yang tidak terlalu tinggi. Di sinilah perlu edukasi.

Mereka yang tidak memahami dan hanya melihat pada *return* yang tinggi, biasanya mereka yang sering terjebak pada investasi bodong. Beberapa contoh di lapangan adalah dijanjikan *return* tinggi. Setelah beberapa bulan lancar, kemudian pengelolanya tidak lagi dapat memberikan *return* seperti yang dijanjikan. Mengapa? Biasanya disebabkan oleh pengelolaan dana yang tidak *matching*. Misal, pengelola menjanjikan *return* 1,5% per bulan, maka dia harus mencari yang bisa menghasilkan *return* di atas itu. Belum lagi untuk menutupi biaya operasional dan sebagainya. Di mana dia mencari yang seperti





itu? "Jika dijanjikan memberikan *return* tinggi sekali, sebaiknya nasabah harus hati-hati dengan yang seperti ini," saran Nurhaida.

Kasus-kasus seperti di atas banyak diadakan ke OJK. Tentu saja tidak semua ada di ranah OJK. Sejauh ini yang menjadi wilayah OJK adalah produk-produk yang terdaftar di OJK, termasuk produk-produk pasar modal. Terkait dengan produk pasar modal, hingga saat ini tingkat komplainnya relatif sangat rendah.

Berdasarkan data statistik OJK, pengaduan untuk pasar modal itu hanya sekitar 3% dari Total pengaduan. Nurhaida berasumsi, saat ini investor yang berinvestasi di pasar modal telah bertambah paham, bahwa tindakan investasinya ada risiko dan risikonya dapat dimitigasi. Selain itu, tempat investor berinvestasi juga sudah memberikan pemahaman soal investasi. Artinya, pihak *intermediary* atau broker telah memberikan penjelasan kepada investornya sesuai dengan arahan OJK. Nurhaida sendiri melihat pelanggaran yang dilakukan broker-broker trennya memang cenderung menurun dibandingkan sebelumnya.

Tujuan OJK adalah fokus pada *men-developed market*. Tidak hanya untuk internal tetapi juga agar Indonesia siap memasuki AEC.

SIAP BERKOMPETISI DI ERA AEC

ASEAN *Economic Community* (AEC) semakin dekat. Untuk itu, Indonesia perlu mendorong industri pasar modalnya agar siap bersaing di kancah regional. "Kadang kalau ada yang mengatakan kita belum siap, saya rasa bukan tidak siap, karena prosesnya sudah berjalan. Dan saya melihat posisi kita di ASEAN itu sama dengan negara-negara ASEAN lainnya. Ada memang beberapa negara ASEAN yang sudah lebih maju, mereka siap untuk *linkage*. Tetapi umumnya masih dalam tahap pengembangan yang nantinya, entah pada tahun ke berapa akan ada saatnya untuk terintegrasi secara keseluruhan," ungkap Nurhaida.

Jadi tujuan OJK adalah fokus pada *men-developed market*. Tidak hanya untuk internal tetapi juga agar Indonesia siap memasuki AEC. Di tingkat ASEAN, Singapura merupakan negara yang pasar modalnya paling maju. Tetapi mereka sulit untuk berkembang lebih tinggi karena sebagian besar perusahaan di sana sudah menjadi perusahaan *go public*. Sementara di Indonesia, tren kita selalu bertambah dari tahun ke tahun. Jumlah emiten kita rata-rata tumbuh sekitar 5% per tahun. Di Malaysia, syariahnya yang lebih berkembang. Kalau Indonesia, prospek yang menonjol adalah prospek pengembangan ke depan. Indonesia punya demografik *previllage*. Jumlah penduduk yang banyak, usia produktif yang meningkat, dan *middle class* meningkat merupakan potensi yang dimiliki Indonesia. Prospek ini bisa berkontribusi secara nyata terhadap perekonomian kalau prospek ini bisa digarap dengan baik.

LEADERSHIP YANG IDEAL DI MATA NURHAIDA

Nurhaida disebut-sebut sebagai pemimpin yang *down to earth* di mata bawahannya. Hal itu didukung oleh pembawaan Nurhaida yang luwes, tidak kaku dan sangat *humble*. Sebagai orang yang pernah di bawah, ia merasakan bagaimana pentingnya arahan-arahan dari seorang *leader*. Jadi ketika Nurhaida menjadi seorang pemimpin ia pun berupaya untuk memberikan arahan-arahan yang jelas kepada bawahan agar ekspektasinya dapat ditangkap secara jelas oleh bawahan.

Bagi Nurhaida, seorang pemimpin tidak boleh hanya mengerti sebuah permasalahan hanya dari permukaan saja, tetapi lebih detil. Kalau tidak tahu detil bagaimana seorang pemimpin bisa memberikan arahan-arahan yang benar. Nah, untuk tahu lebih detil, Nurhaida memilih untuk dekat dengan pegawai dan menjalin komunikasi yang baik dengan mereka. "Detil itu biasanya lebih kepada mereka yang tugasnya terkait dengan hal yang teknis. Di level-level atas biasanya tidak terlalu tahu detil. Saya biasa memanggil satu dua orang untuk mengetahui perkembangan tugas mereka. Saya tidak membatasi hanya dengan laporan dari level deputy. Sejak di Bapepam saya terbiasa dekat dengan staf, kepala biro atau kepala bagian," katanya.

Menjalin kedekatan dengan bawahan juga dimaksudkan oleh Nurhaida agar ia tidak menjadi pemimpin yang ditakuti bawahan. Ia ingin bisa mendapatkan masukan secara leluasa dan terbuka dari bawahan untuk mempercepat kemajuan pasar modal. *Leadership* yang baik di mata



“Integritas itu penting karena meng-cover kejujuran, nilai-nilai, dan etika”

Nurhaida adalah bisa memberikan arahan yang jelas, dan memahami arahan yang diberikan. Jangan sampai seorang pemimpin tidak mengerti arahan yang diberikannya.

Filosofi Nurhaida dalam bekerja adalah integritas. Menurutnya, integritas itu penting karena meng-cover kejujuran, nilai-nilai, dan etika. Filosofi kedua, dalam bekerja hendaknya kita harus ikhlas dan bekerja sepenuh hati. Apabila bekerja sepenuh hati, tidak akan ada perasaan tertekan. Dan seorang Nurhaida pun mencoba menanamkan integritas ini dalam organisasi di semua level.

“Saya komunikasikan ini pada saat rapat kerja yang dilakukan rutin setahun dua kali agar generasi muda juga dapat mengimplementasikannya. Dengan begitu kita merasakan kenyamanan dan ketenangan dalam bekerja, sehingga *output* yang dihasilkan lebih baik,” ujar wanita yang di tengah kesibukannya selalu berupaya menjaga kualitas komunikasi dengan keluarga.

Di tengah kesibukan berkarir, Nurhaida memang mencoba menyeimbangkan

kehidupan dengan keluarga. Seimbang bagi Nurhaida bukan dalam soal waktu. Karena pekerjaannya saat ini tentu membutuhkan waktu lebih dari 8 jam sehari. Seimbang baginya dalam artikalitas komunikasi dengan keluarga. Nurhaida pun mengaku beruntung, karena sejauh ini keluarga sangat mendukung karirnya. “Di saat ada waktu senggang, saya fokus meluangkan waktu dengan melakukan kegiatan bersama keluarga,” imbuh peggemar olahraga renang dan tenis meja ini.

HARAPAN NURHAIDA PADA INDUSTRI PASAR MODAL

Harapan Nurhaida untuk pasar modal Indonesia adalah bisa menjadi salah satu yang *leading* di ASEAN. Itu cita-citanya. Untuk bisa ke sana OJK menyiapkan dari semua sisi baik *supply* maupun *demand*. Memacu pertumbuhan investor dan emiten merupakan salah satu upaya. Begitu juga dari sisi produk dan distribusinya. Lalu juga dari sistem dan infrastrukturnya dalam mendukung kegiatan pasar modal dan yang terkait di dalamnya. *Enforcement*-nya juga ditingkatkan. Tidak

kalah penting adalah GCG.

Ada beberapa terobosan yang telah dilakukan OJK. Misalnya untuk meningkatkan jumlah emiten dengan melakukan sosialisasi dan minta data dari Kadin (Kamar Dagang dan Industri) berapa dari anggota mereka yang siap masuk pasar modal. Masing-masing program dibuat *breakthrough*-nya. Dalam hal pengembangan sistem, OJK akan lakukan terobosan bagaimana transaksi itu bisa dilakukan lewat ATM. Sebab di negara lain hal itu bukan sesuatu yang luar biasa. KSEI sedang berupaya bagaimana nasabah bisa melihat transaksi melalui ATM. Di perbankan, pada level investor tertentu, kita upayakan bahwa nasabah bank bisa langsung menjadi nasabah broker tanpa KYC (*know your customer*) ulang. Mungkin belum untuk nasabah besar. Nasabah juga bisa melakukan transaksi di gerai-gerai perbankan. Jadi aksesnya dipermudah jenis produknya, diperbanyak dan sistemnya lebih efisien. Kalau itu bisa terwujud, maka peningkatan investor itu bisa dilakukan dengan cepat.

Nama Lengkap	:	Nurhaida
Agama	:	Islam
Tempat Tanggal Lahir	:	Padang Panjang, 27 Juni 1959
Zodiac	:	Cancer
Pendidikan		
1. S1 Kimia Tekstil di Institut Teknologi Tekstil di Bandung		
2. S2 (MBA) di Indiana University Bloomington, Amerika Serikat		
Karir		
1. Ketua Bapepam-LK		
2. Staf Ahli Kementerian Keuangan Bidang Kebijakan dan Regulasi Jasa Keuangan dan Pasar Modal		
3. Kepala Biro Transaksi dan Lembaga Efek Bapepam-LK		

PENGEMBANGAN PASAR RITEL LOKAL DALAM KERANGKA CAPITAL MARKET DEEPENING



FAKHRI HILMI
Kepala Departemen Pengawasan Pasar
Modal IIA Otoritas Jasa Keuangan

Ibu saya dulunya adalah seorang PNS di kota kecil, wilayah Sumatera Barat yang hidup dari gaji dan usaha sampingan. Gaji tidak pernah bisa melewati batas psikologis tanggal 20 setiap bulannya tapi usaha sampingan bisa mengantar beliau naik haji dan membiayai kuliah ketiga anaknya. Semangat abdi negara dikolaborasikan dengan jiwa *entrepreneur* ala orang Padang telah mengantar beliau hidup berkecukupan bahkan sampai beliau melewati masa pensiunnya.

Satu hal yang saya perhatikan adalah beliau selama ini hanya memiliki satu rekening tabungan saja, tanpa deposito, tanpa reksadana, tanpa obligasi, apalagi saham dan tanpa asuransi serta dana pensiun, selain yang diberikan oleh pemerintah.

Bahwa Ibu saya tidak banyak *ter-exposed* dengan produk industri jasa keuangan adalah gambaran rata-rata kondisi orang Indonesia terutama yang hidup di luar Jakarta dan beberapa kota besar lainnya. Perkara saya belum berhasil mengedukasi dan meyakinkan beliau untuk berinvestasi di reksa dana adalah masalah lain. *By the way*, pengalaman saya mengatakan bahwa mengedukasi orang Padang tentang masalah untung dan rugi (baca: produk keuangan) kira-kira sama seperti mengedukasi tentara tentang masalah baris-berbaris. Persoalan akan bertambah kompleks kalau orang itu kebetulan adalah ibu kandung sendiri.

Lantas, apa hubungan semua ini dengan konsep pengembangan pasar ritel dalam kerangka *financial* atau *capital market deepening* yang digawangi oleh OJK? Jawabannya dua kata: tugas berat. Bukan *mission impossible*, tapi berat.

Financial market deepening adalah

upaya untuk mengembangkan produk di industri jasa keuangan agar dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, dalam konteks yang lebih sempit, berbicara mengenai *capital market deepening* kita berbicara tentang seberapa luas keragaman produk pasar modal yang ada dan seberapa banyaknya lapisan masyarakat yang memiliki akses dan menikmati manfaat dari produk tersebut. Di negara maju, seperti Amerika Serikat yang memiliki *capital market* yang *deep* misalnya, mulai dari sopir taksi, mahasiswa, ibu rumah tangga sampai dengan *senator* dan bintang film sudah sangat akrab dengan saham dan *mutual fund*.

OJK sebagai regulator pasar modal di Indonesia sangat menyadari tingkat *capital market deepening* yang ada saat ini. *Supply* efek saham yang ada di pasar saat ini terbatas. *Supply* obligasi korporasi tidak jauh berbeda. Ketersediaan efek derivatif masih minim. Aturan tentang standar kontrak *repurchase agreement* (repo) masih dalam proses. Infrastruktur pasar terutama terkait perdagangan obligasi dan reksa dana masih perlu dikembangkan. Pengaturan perijinan dan kegiatan pelaku pasar modal perlu disempurnakan lagi. Dan terakhir, jumlah investor ritel lokal perlu ditambah.

Serangkaian langkah strategis yang diambil oleh OJK untuk menyikapi hal tersebut antara lain adalah: pertama, pada tanggal 18 Maret 2014 lalu OJK bekerja sama dengan SRO, KADIN, ASBANDA, APINDO, HIPMI dan APHINDO meluncurkan program dengan tema "*Entering the Market: Growing Your Business Through Indonesia Capital Market*". Dengan mengundang sejumlah perusahaan yang prospektif, OJK melakukan diskusi, presentasi dan *sharing experience* tentang

manfaat *go public* bagi perusahaan. Acara ini sekaligus merupakan tindak lanjut kerjasama OJK dan KADIN yang bertujuan untuk menarik sebanyak mungkin perusahaan untuk *go public* guna menambah *supply* efek di pasar modal Indonesia.

Sejalan dengan itu, secara internal OJK juga menyempurnakan aturan terkait dengan penawaran umum. Aturan terkait penjatahan saham pada saat penawaran perdana telah dibenahi. Sedangkan pengaturan terkait penyajian prospektus terutama untuk efek surat utang akan dibuat terpisah dan disederhanakan. Sementara aturan tentang *right issue* juga akan direvisi untuk memberikan keleluasaan bagi emiten dalam penentuan harga serta *timing* dan frekuensi *issuance*-nya. Lalu, bekerja sama dengan Kementerian Keuangan, OJK juga merevisi peraturan pemerintah terkait perpajakan bagi perusahaan terbuka untuk memberikan insentif pajak bagi perusahaan tersebut.

Terkait upaya pengembangan produk, saat ini OJK tengah berdiskusi dengan PT. Bursa Efek Indonesia dan PT. Kliring dan Penjaminan Efek Indonesia terkait produk derivatif yaitu Kontrak Berjangka Indeks Efek (KBIE) dan Kontrak Opsi Saham (KOS). Hal-hal yang didiskusikan terkait persyaratan keanggotaan bagi perusahaan efek yang dapat mentransaksikan produk KBEI dan KOS tersebut, mekanisme transaksi, ketentuan kontrak dan proses penjaminan. Saat ini hanya perusahaan efek yang menjadi anggota bursa efek yang dimungkinkan untuk bisa bertransaksi.

Upaya OJK lainnya terkait dengan peningkatan likuiditas terutama bagi pasar obligasi. Salah satu *engine* bagi likuiditas pasar obligasi adalah transaksi repo. Saat



ini transaksi repo telah marak dilakukan oleh para pelaku pasar. Namun kontrak repo itu sendiri belum terstandar pada suatu bentuk yang seragam. Untuk itu, OJK sendiri telah menyiapkan konsep *General Master Repurchase Agreement* atau GMRA yang akan segera dituangkan dalam bentuk aturan bagi seluruh pelaku. Konsep GMRA itu sendiri telah *in line* dengan panduan yang dikeluarkan oleh *International Capital Market Association* (ICMA) sebagai lembaga independen yang menerbitkan panduan GMRA secara internasional. Dengan adanya GMRA ini transaksi repo dalam negeri bisa berjalan dengan teratur, wajar, dan efisien dan juga membuka peluang bagi pelaku pasar dalam negeri untuk bertransaksi dengan *counterpart* mereka di luar negeri

Di samping pembenahan dari *supply* dan pengembangan produk, OJK juga terus memperbaiki infrastruktur pasar. Di pasar ekuitas, telah dibentuk tim terpadu antara regulator dan SRO untuk melakukan *overhaul* terhadap infrastruktur pasar ekuitas Indonesia. Dengan tajuk Tim Pengembangan Infrastruktur Pasar Modal Indonesia, tim ini memiliki *time frame* 2013 sampai dengan 2016 dengan beberapa fokus kegiatan seperti perluasan *single investor identification* bagi nasabah reksa dana dan biro administrasi

efek, pengembangan sistem *data warehouse* pasar modal, penerapan *extensive business reporting language* dan penyempurnaan sistem kliring dan penyelesaian pasar modal. Tim ini merupakan kelanjutan dari tim serupa yang mempunyai masa tugas dari tahun 2009 sampai dengan 2012.

Hal yang sama juga saat ini diterapkan bagi pasar surat utang dan industri reksa dana. Untuk pasar surat utang sendiri telah dibentuk tim gabungan antara OJK, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, dan SRO dengan lima tujuan utama yang telah ditetapkan. Demikian juga halnya dengan industri reksa dana. Sistem *subscription*, *redemption*, *back office* dan *data feed* yang *fragmented* telah menghambat kemajuan industri ini. Bekerjasama dengan PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia, OJK akan meluncurkan konsep *fundnet* yang merupakan sistem sentral bagi seluruh kegiatan perdagangan dan *back office* di industri sehingga industri semakin efisien. Sistem ini juga dimanfaatkan oleh OJK untuk kegiatan *surveillance* dan *datawarehouse* sehingga pengawasan oleh regulator berjalan lebih efektif.

Sisi pelaku juga mendapatkan polesan senada. Pengaturan perijinan dan *conduct* para pelaku, dalam hal ini perusahaan efek termasuk manajer investasi, terus diperbaharui

untuk menjawab dinamika pasar. Dalam hal perusahaan efek yang bergerak di bidang *broker-dealer* dan penjamin emisi, revisi aturan terkait kegiatan usaha, peningkatan *governance*, pengendali perusahaan efek, ketentuan permodalan, pengaturan tentang *compliance officer*, dan ketentuan terkait penggunaan nama sekuritas. Tujuan revisi ini adalah peningkatan *governance* dan kepatuhan perusahaan. Sementara bagi manajer investasi, revisi peraturan antara lain terkait fungsi-fungsi manajer investasi dan pelaporan.

Sisi terakhir yang juga tak kalah penting adalah sisi investor. OJK telah dan akan terus meluncurkan serangkaian upaya untuk memacu pertumbuhan investor pasar modal terutama investor ritel. Upaya tersebut berupa sosialisasi dan edukasi tentang produk pasar modal, mempermudah ketentuan penerimaan dan pengenalan nasabah (*know your client principles*), memberikan akses yang luas bagi investor untuk meminta informasi dan melakukan *complain*, serta menyempurnakan fitur-fitur produk pasar modal agar lebih dapat diakses dan dinikmati oleh investor ritel.



WASPADA JEBAKAN INVESTASI BODONG!

Jumlah kerugian akibat investasi bodong mencapai Rp45 triliun. Untuk mengedukasi masyarakat, OJK menyusun strategi nasional literasi keuangan. Apa saja yang harus dilakukan untuk menghindari investasi bodong?

Maraknya kasus investasi bodong tak serta merta membuat masyarakat tergerak untuk lebih berhati-hati dalam berinvestasi. Buktinya, meski kasus investasi bodong telah berulang kali terkuak, korbannya masih terus berjatuhan. Yang lebih mencengangkan lagi, korbannya tidak hanya masyarakat menengah bawah, tetapi juga masyarakat kelas atas yang bahkan terbilang *well educated*.

Simak saja kasus yang menimpa Ferdi Hasan beberapa waktu lalu. Selebritas yang populer sebagai presenter ini bukanlah orang awam dalam berinvestasi. Ferdi sudah sejak lama mengenal dengan beberapa produk investasi, baik keuangan maupun non keuangan. Namun, itu rupanya tak menjadi jaminan Ferdi tak terjebak dalam penipuan investasi.

Kasus Ferdi bermula ketika ia memutuskan untuk berinvestasi di PT. Jaty Arthamas, atas saran lembaga perencana keuangan QM Financial pimpinan Ligwina Hananto. Ferdi berinvestasi di PT. Jaty Arthamas pada 16 Maret 2011. Ia mengambil tiga paket investasi pohon jati seluas 31.000 meter persegi. Total dana yang diinvestasikan mencapai Rp1,05 miliar.

Permasalahan dimulai ketika terkuak fakta bahwa lahan untuk penanaman pohon jati di daerah Jonggol, Jawa Barat ternyata bersertifikat ganda. Tak urung Ferdi pun meminta pertanggungjawaban soal tersebut kepada PT. Jaty Arthamas. Tak jua memperoleh penyelesaian, Ferdi pun meminta dana investasinya dikembalikan.

Untunglah, PT Jaty Arthamas memiliki itikad baik untuk mengembalikan dana

milik Ferdi, sehingga persoalan ini tak lantas berlarut-larut. Perusahaan ini berjanji akan mengembalikan dana Ferdi secara bertahap selama sekitar 8 bulan.

Selain Ferdi, ada sejumlah *public figure*, eksekutif perusahaan dan juga tokoh masyarakat yang juga terjebak kasus penipuan investasi. Salah satunya, Hilbram Dunar. Sebelumnya, Hilbram hanya berani berinvestasi pada produk investasi di sektor keuangan, yakni saham dan reksadana.

Hilbram yang berprofesi sebagai penyiar salah satu stasiun radio ternama ini kemudian ditawarkan sebuah paket investasi tanaman singkong di CV. Panen Mas dengan modal sekitar Rp47,5 juta. CV Panen Mas menjanjikan pengembalian investasi sebesar Rp99 juta dengan masa tanam selama 12 bulan. Namun, janji tinggal janji, dan dana yang dijanjikan tak kunjung terealisasi.

Sebelumnya, Hilbram mengaku penah juga ditawarkan untuk berinvestasi di emas yang ditawarkan Golden Traders Indonesia Syariah (GTIS). Untunglah, saat itu dirinya tidak jadi ikut, karena belakangan diketahui bahwa GTIS mengalami gagal bayar dan tak memenuhi janjinya kepada nasabah.

Kasus Ferdi dan rekan-rekannya

mengingatkan kita akan beberapa kasus serupa sebelumnya. Pada 2012, ramai kasus koperasi langit biru. Koperasi yang belakangan diketahui hanya memiliki izin pengelolaan daging dan koperasi konsumsi ini sukses menggalang dana dari masyarakat hingga Rp500 miliar. Dana tersebut diperoleh dari sekitar 115 ribu nasabah.

Meningkatnya kelas menengah di Indonesia menjadi salah satu pemicu maraknya produk investasi yang beredar. Saat ini, jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia terus meningkat, hingga mencapai sekitar 150 juta jiwa, dari total penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 240 juta jiwa. Kelas menengah ini yang kemudian menjadi incaran para pemasar produk investasi, baik industri keuangan maupun non keuangan.

Sayangnya, masyarakat belum cukup bijak dalam memilih produk-produk investasi yang aman. Umumnya, mereka hanya tergiur dengan iming-iming tingginya *return* yang ditawarkan tanpa menelisik risiko besar yang harus ditanggung dibalik iming-iming imbal hasil yang besar tersebut.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga Maret 2014, terdapat 238 kasus investasi bodong. Jumlah ini diperkirakan masih akan meningkat. Namun, tak semua kasus investasi bodong ini masuk dalam ranah OJK. Lantaran, beberapa kasus terjadi di luar sektor keuangan, seperti koperasi, sektor riil

Medan, Bandung, Surabaya, Manado dan kota-kota besar lainnya. Penipuan investasi terjadi di berbagai bidang, baik di produk keuangan, maupun non keuangan seperti emas dan agrobisnis.

Senada Kusumaningtuti, Freddy Pieloor yang adalah konsultan keuangan dan investasi juga menemukan fakta di lapangan bahwa ada orang bodoh yang ingin cepat kaya, dan bahkan ada orang pintar yang juga ingin makin kaya dengan cara yang instan. Kasus penipuan, lanjut Freddy terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat dalam berinvestasi dan ingin cepat kaya.

OJK sendiri mengaku mendapati sejumlah perusahaan investasi yang tak jelas rimbanya, yang menawarkan berbagai investasi dengan iming-iming imbal hasil yang tinggi. Berdasarkan data pengaduan yang diterima OJK, perusahaan-perusahaan ini ada yang tak jelas legalitasnya, ada pula yang menawarkan investasi ilegal. Jumlahnya mencapai lebih dari 200 perusahaan.

Untuk menimbulkan efek jera, otoritas berjanji tak akan segan memberikan sanksi tegas kepada para pelaku penipuan berkedok investasi. Tak pandang bulu, para pemain atau perusahaan yang terbukti melakukan penipuan investasi akan dijera hukuman. Berdasarkan KUHP pasal 378 dan 372 tentang penipuan dan penggelapan, para pelaku penipuan ini akan terancam hukuman

pula ada izin dari OJK.

Direktur Bursa Efek Indonesia, Friderica Widyasari Dewi mengatakan masyarakat harus semakin berhati-hati dalam memilih investasi. Salah satu prinsip investasi yang harus dipahami adalah, bahwa setiap orang harus memilih investasi yang sesuai dengan profil risikonya. Profil risiko setiap orang, pasti beda-beda. Oleh karenanya, lanjut Friderica, kita harus tahu profil risiko dan mencari produk investasi yang legal dan ada regulatornya. "Salah satu ciri dari investasi yang ilegal adalah menawarkan imbal hasil per bulan yang sangat tinggi. Yang seperti itu biasanya akan menerima 1-3 bulan saja, setelahnya hilang," imbuhnya.

Untuk meminimalisasi dan mencegah kasus investasi bodong dan penipuan investasi lainnya, OJK telah mengambil sejumlah langkah, salah satunya melalui inisiatif pembentukan satuan tugas (satgas) waspada investasi. Tim ini merupakan gabungan dari regulator (OJK, Bank Indonesia, Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, Kementerian Perdagangan, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Kementerian Koperasi dan UKM), penegak hukum (Kepolisian dan Kejaksaan Agung), dan instansi atau pihak terkait lainnya (Kementerian Komunikasi dan Informasi, dan Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan).

Rendahnya tingkat literasi keuangan juga menjadi pemicu merebaknya korban penipuan investasi. Karenanya, OJK juga berinisiatif menyusun strategi nasional literasi keuangan Indonesia. Strategi nasional literasi keuangan tersebut mencakup tiga pilar. Pertama, program edukasi dan kampanye nasional literasi keuangan. Kedua, penguatan infrastruktur literasi keuangan. Ketiga, pengembangan produk dan layanan jasa keuangan yang terjangkau.

Masih dalam rangka edukasi masyarakat, OJK akan memasukkan materi edukasi keuangan di kurikulum SD, SMP dan SMA. Tujuannya, tentu memberikan edukasi tentang jasa keuangan sejak dini. Dengan upaya ini, semoga ke depannya, kasus penipuan investasi bisa diminimalisir.

fenomena penipuan berkedok investasi ini tak terlepas dari keinginan investor untuk mendapatkan untung yang besar secara instan.

dan sebagainya.

Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono mengatakan fenomena penipuan berkedok investasi ini tak terlepas dari keinginan investor untuk mendapatkan untung yang besar secara instan. "Kalau di kota-kota besar seringnya karena iming-iming yang tinggi dan kalau di desa itu lebih karena pengaruh tokoh yang dikagumi yang mengajak untuk berinvestasi," terangnya.

Berdasarkan data Infobank, dalam 12 tahun terakhir tercatat ada sekitar Rp45 triliun dana yang menguap karena terjebak penipuan investasi. Kasus ini terjadi di berbagai kota besar di Indonesia, diantaranya di Jakarta,

maksimal empat tahun penjara.

Lalu apa yang harus dilakukan agar masyarakat tak lagi terjebak pada produk-produk bodong berkedok investasi? Regulator dalam hal ini OJK terus menghimbau masyarakat agar tak mudah tergiur dengan investasi yang menawarkan imbal hasil yang fantastis melalui berbagai program edukasi dan sosialisasi. Jika ingin melakukan investasi, pastikan bahwa perusahaan yang menawarkan investasi itu legal atau berbadan hukum sesuai dengan bidang bisnisnya. Pastikan pula bahwa produk yang ditawarkan telah mendapatkan izin dari otoritas yang membawahnya. Yang juga penting untuk diketahui adalah selama ada kegiatan penghimpunan dana masyarakat maka harus

Tips Agar Tidak Terjebak Investasi Bodong



1. Kenali produk investasi yang ditawarkan, apa bidangnya, pelajari pula karakter produk tersebut. Kenali pula risikonya, karena setiap investasi mengandung faktor risiko yang akan ditanggung oleh investor;

2. Perhatikan tingkat kewajaran dari imbal hasil yang ditawarkan. Misal, untuk bunga bank setinggi-tingginya sekitar 7%-10% per tahun, sementara untuk bisnis berkisar antara 15% hingga 20% per tahun. Jika keluar dari rata-rata angka itu, maka investor perlu mencurigai ketidakwajaran produk tersebut. Hati-hati, jangan tergiur iming-iming imbal hasil yang besar;

3. Pastikan bahwa orang atau perusahaan yang menawarkan investasi tersebut memiliki izin sesuai dengan bidang atau bisnisnya. Pastikan pula bahwa produk yang ditawarkan tersebut terdaftar

atau memiliki izin dari otoritas yang berwenang;

4. Ada baiknya untuk mempelajari dan mencari informasi mengenai produk-produk investasi yang aman dan cara berinvestasi yang aman, sebelum melakukan investasi. Dengan pemahaman yang cukup, maka akan meminimalisasi atau mencegah Anda terjebak dalam investasi bodong atau penipuan investasi;

5. Jika ada tawaran investasi yang mencurigakan atau bahkan sudah terjebak kasus penipuan investasi, segera laporkan kepada pihak yang berwenang. Untuk produk investasi di sektor keuangan, dapat segera dilaporkan kepada Satgas Waspada Investasi. Langkah ini dapat membantu Anda meminimalisasi kerugian yang lebih besar.

Modus-Modus Investasi Bodong

Produk yang ditawarkan

- Produk dengan pendapatan tetap yang tidak terpengaruh pergerakan pasar
- Simpanan yang menyerupai produk perbankan (tabungan atau deposito). Pada beberapa kasus berupa surat *delivery order* atau surat berharga yang diterbitkan suatu perusahaan
- Penyertaan modal investasi. Dana yang terkumpul dari masyarakat dijanjikan akan ditempatkan pada lebih dari instrumen keuangan atau sektor lainnya.

Karakteristik produk

- Imbal hasil (*return*) keuntungan yang ditawarkan sangat tinggi bahkan tidak masuk akal dan dalam jumlah yang pasti
- Produk investasi yang ditawarkan dengan janji akan dijamin dengan instrumen tertentu seperti giro, atau dijamin pihak tertentu, misalnya pemerintah dan bank
- Menggunakan nama perusahaan-perusahaan besar secara tidak sah untuk

meyakinkan calon investor

- Dana masyarakat tidak dicatat dengan *segregated account*.

Metode penjualan

- Penjualan produk investasi dilakukan oleh tenaga pemasaran secara langsung atau bisnis dengan menggunakan sistem yang menyerupai *multi level marketing* (MLM)
- Pada beberapa kasus, penawaran produk investasi dilakukan dengan menggunakan kegiatan keagamaan untuk menarik nasabah
- Penawaran produk investasi pada umumnya menggunakan medium internet
- Perusahaan pengerah dana masyarakat secara ilegal bertindak seolah-olah sebagai agen dari perusahaan investasi yang berada di dalam maupun di luar negeri. Atau, bekerjasama dengan pengelola dana investasi yang

berkedudukan di dalam maupun di luar negeri yang telah mempunyai ijin usaha yang sah dari otoritas

- Dana masyarakat umumnya dijanjikan akan dikelola dan diinvestasikan melalui beberapa pialang berjangka atau perusahaan efek yang sering disebut aliansi strategis
- Penawaran produk investasi sering diadakan dalam acara seminar atau investor *gathering*
- Menawarkan lowongan pekerjaan kepada lulusan baru dari perguruan tinggi untuk bekerja di perusahaan komoditi berjangka, setelah sebelumnya meminta sejumlah dana sebagai syarat bekerja di perusahaan tersebut.

Sumber: Satgas Waspada Investasi

Tren Investasi Bodong, Tantangan Bagi OJK

KUSUMANINGTUTI S. SOETIONO

Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen



Kasus penipuan investasi atau investasi bodong kian marak. Menurut Kusumaningtuti S. Soetiono, Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kasus ini masih akan terus meningkat jumlahnya. Seperti apa tren kasus investasi bodong berdasarkan data OJK? Apa upaya yang dilakukan OJK untuk meminimalisasi kasus-kasus investasi bodong? Berikut petikan wawancara redaksi Edukasi Konsumen dengan Kusumaningtuti S. Soetiono, belum lama ini.

Kasus Penipuan Investasi Kian Marak, Bagaimana Pendapat Ibu?

Dari sisi regulator sudah melakukan berbagai cara, baik melalui edukasi maupun sosialisasi. Namun tetap saja setiap tahunnya ada kasus investasi bodong yang menimpa masyarakat. Hal itu karena minimnya pemahaman masyarakat dalam berinvestasi.

Kasus ini sudah masuk ke kota-kota besar maupun di daerah pedesaan. Hal ini tidak terlepas dari banyak faktor, salah satunya keinginan untuk mendapatkan untung sebesar-besarnya dengan cara instan. Karenanya, berhati-hatilah dalam berinvestasi. Hindari investasi yang iming-imingnya tinggi.

Berapa Banyak Laporan yang Masuk Ke OJK Terkait Penipuan Investasi?

Hingga akhir Maret 2014 terdapat sekitar 238 kasus investasi bodong. Banyak sekali modusnya dan diperkirakan akan meningkat lagi. Namun, tidak semua kasus investasi

bodong ini masuk ke ranah OJK, karena ada yang terkait pihak lain seperti Kementerian Koperasi dan UKM. Misalnya untuk kasus penipuan di koperasi, ya kita lanjutkan ke Kementerian Koperasi. Jadi ada koordinasi.

Pengaduannya Seputar Apa?

Yang tercatat di *Financial Customer Care* (FCC) OJK meliputi laporan, pertanyaan, dan pengaduan perusahaan yang dipertanyakan legalitasnya dan dugaan menawarkan investasi ilegal. Jumlahnya mencapai 551 pengaduan.

Berapa Banyak Perusahaan yang Diduga Melakukan Penipuan Investasi?

Hingga akhir 2013, jumlahnya mencapai sekitar 203 perusahaan

Upaya yang Dilakukan OJK Untuk Mencegah Kasus Penipuan Investasi?

Saat ini tingkat literasi masyarakat Indonesia terhadap keuangan masih rendah, yakni hanya 21,8%. Untuk meningkatkannya, OJK telah menyusun strategi nasional literasi keuangan Indonesia. Pemerintah juga sudah membentuk Satgas (satuan tugas) Waspada Investasi yang melibatkan beberapa instansi terkait edukasi.

Tips mengenai berinvestasi merupakan materi edukasi OJK. Tetapi bukan hanya mengenai bagaimana kita mengedukasi tentang perencanaan keuangan, lembaga keuangan apa saja, produk apa saja yang formal dan diatur, namun calon nasabah/investor juga harus mengenali profil dan risiko produk keuangan agar tak terjebak investasi yang menyesatkan.

Sekarang ini memang banyak sekali kasus investasi ilegal karena banyak masyarakat tidak tahu mana yang formal dan yang tidak formal. Perlu diketahui program investasi yang tidak formal itu aksesnya mudah digapai, sarannya *door to door* di desa-desa terpencil bahkan di kota terbesar.

Mereka (masyarakat) mudah tergiur oleh imbal hasil yang menarik atau karena yang menyampaikan adalah orang terdekat, tokoh masyarakat atau orang yang kita kagumi jadi banyak yang tertipu atau terkecoh sehingga uang yang kita tanamkan bisa tidak aman.

Oleh karena itu, untuk mencegah hal tersebut, ada lima prinsip yang ditanamkan OJK kepada lembaga jasa keuangan (LJK) yaitu transparansi antara nasabah dan LJK, keadilan seperti dilarang mengubah suku bunga secara mendadak, layanan keandalan, penggunaan data pribadi seperti LJK diwajibkan untuk menjaga data dan keamanan investor dan yang terakhir adalah komplain yang harus ditangani dengan baik.



Mengejar Literasi Keuangan, Proteksi Nasabah



Maraknya jebakan investasi produk berbanding lurus dengan masih rendahnya pemahaman produk keuangan oleh masyarakat. Meningkatkan tingkat literasi keuangan adalah solusi yang paling tepat.

Minimnya edukasi soal investasi di masyarakat menyuburkan praktik investasi bodong. Di satu sisi, masyarakat juga mudah tergiur dengan imbal hasil tinggi tanpa menelisik lebih jauh soal risikonya. Padahal, yang namanya investasi mengandung prinsip *high return high risk*. Semakin tinggi imbal hasil yang didapatkan dari sebuah produk investasi, maka semakin besar pula risiko yang melekat pada produk tersebut.

Entah karena kekurangpahaman atau paham namun menutup mata, masyarakat hampir selalu tergoda dengan iming-iming keuntungan yang *wah*. Oleh sebab itu, penting mencari tahu dan mempelajari produk investasi yang akan dibeli.

Berdasarkan penelitian, hanya sekitar 50% masyarakat Indonesia yang mengakses

produk-produk keuangan yang ditawarkan industri keuangan. Sementara, tingkat literasi keuangan dari masyarakat masih sangat minim, yakni sekitar 21,84% saja.

Menurut Ekonom Senior Bank Negara Indonesia, Ryan Kiryanto, maraknya investasi bodong masih terus beredar meski sudah berulang kali menelan korban. Tak peduli pelaku-pelakunya harus bersentuhan dengan hukum. Namun, menurut Ryan, itu tak sepenuhnya karena kesalahan masyarakat saja. Pasalnya, otoritas sendiri masih belum jelas dalam mengakomodir kasus-kasus ini. Ryan pun mencontohkan beberapa kasus yang masih menggantung. Salah satunya terkait investasi gadai emas yang hingga kini belum ada solusinya.

Menurut Ryan, pengalihan pengawasan perbankan dari Bank Indonesia (BI) kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga belum benar-benar berjalan dengan lancar. Termasuk persoalan maraknya produk investasi bodong yang terus beredar. Namun, Ryan juga mengapresiasi upaya OJK dalam menangani berbagai pengaduan nasabah akibat investasi bodong yang masuk ke OJK. Meski, beberapa kasus tersebut sebenarnya juga tak di ranah OJK.

Data OJK menyebutkan, hingga awal 2014, terdapat 238 perusahaan yang diindikasikan menawarkan produk investasi bodong. Sebagian dari perusahaan-perusahaan tersebut menawarkan produk kepada masyarakat dengan sistem pemasaran

multi level marketing (MLM). Produk yang ditawarkan diantaranya emas dan juga produk perdagangan berjangka.

Untuk mendorong tingkat literasi keuangan di Indonesia, OJK aktif menjalin kerjasama dengan asosiasi-asosiasi lembaga keuangan di Indonesia. OJK bahkan telah meluncurkan program Strategi Nasional Literasi Keuangan. Program ini disertai dengan berbagai edukasi dan sosialisasi mengenai produk keuangan, dan membuka akses informasi tentang produk keuangan. Dengan upaya ini, diharapkan pemahaman masyarakat alias tingkat literasi keuangan masyarakat dapat meningkat.

masyarakat hampir selalu tergoda dengan iming-iming keuntungan yang wah. Oleh sebab itu, penting mencari tahu dan mempelajari produk investasi yang akan dibeli.

Nasabah bank syariah cenderung memahami produk investasi yang aman. Meski dibayangi kasus investasi emas bodong, produk investasi emas di bank syariah masih prospektif.

Pilih Investasi Emas Berlabel Syariah

Beberapa waktu lalu, jagad investasi digemparkan oleh produk penggelapan dana berkedok investasi. Tersangkanya adanya Golden Traders Indonesia Syariah (GTIS). Alih-alih menawarkan produk investasi emas dengan imbal hasil tinggi, masyarakat malah kena tipu dan kehilangan dana yang diinvestasikannya. Jumlahnya cukup fantastis mencapai triliunan rupiah.

Kasus ini tak membuat orang kapok akan produk investasi yang tak jelas rimbanya. Puluhan korban, yang bahkan melibatkan pesohor negeri pun berjatuh pasca tragedi GTIS. Bahayanya, lembaga investasi yang menawarkan produk tak jelas ini diperkirakan masih banyak berkeliaran mencari korban. Dan waspada adalah menjadi sikap wajib yang harus dimiliki masyarakat dalam menanggapi penawaran jenis ini.

Di sektor perbankan, adalah bank syariah yang juga menawarkan produk investasi emas. Akibat produk investasi bodong ini, produk investasi emas yang dijual di perbankan syariah berpotensi menuai imbasnya. Sebab, ada beberapa kelompok masyarakat yang masih belum paham untuk membedakan mana produk investasi emas yang aman, yakni yang dijual di institusi resmi seperti bank syariah, dan mana produk investasi emas abal-abal yang ditawarkan perusahaan abal-abal.

Menurut Direktur Utama Bank Bukopin Syariah, Riyanto, nasabah bank syariah yang sudah paham tentu tak akan mudah tergiur

dengan janji-janji yang ditebar oleh investasi gelap. Pasalnya, menurut Riyanto, tak hanya menawarkan produk, pihak bank syariah juga turut mengedukasi nasabah tentang bagaimana berinvestasi yang baik dan mana saja produk investasi yang aman.

Kendati marak produk investasi emas bodong, Riyanto tetap yakin bahwa prospek dari produk investasi emas yang ditawarkan bank syariah masih sangat prospektif. "Kami optimistis bahwa produk gadai emas syariah yang ditawarkan perbankan syariah tetap memiliki prospek, kendati ada gangguan (atas) kasus investasi emas bodong. Produk gadai syariah sendiri saat ini makin ketat aturannya dan nasabah bisa belajar dari kasus-kasus yang sudah ada," imbuh Riyanto.

Selanjutnya, tambah Riyanto, perbankan harus tetap mengedukasi nasabah mengenai pemahaman produk. Misalnya, mengingatkan nasabah bahwa mereka harus hari-hati dengan iming-iming imbal hasil yang besar. Pasalnya, ketika *return*-nya besar maka risiko yang menyertainya pasti juga cukup besar.



Menurut Riyanto, saat ini produk gadai emas dan investasi emas yang ada di perbankan syariah diawasi sangat ketat oleh regulator. Tidak hanya itu produk investasi berlabel syariah juga harus mendapatkan sertifikat dari Dewan Syariah Nasional (DSN). Hal itu dilakukan semata-mata untuk melindungi nasabah.

Masih dalam rangka melindungi nasabah, industri berharap agar otoritas menata ulang proses perizinan yang diberikan dan rutin mengawasi perusahaan atas izin yang diberikannya. Bahkan bila perlu, regulator hendaknya juga tidak dengan mudah memberikan izin usaha sebelum tahu apa kegiatan usaha yang dilakukannya.



LITERASI KEUANGAN

TANAMKAN LITERASI KEUANGAN SEJAK DINI

Melalui kerjasama dengan Kemendikbud, regulator menyisipkan materi tentang OJK dan IJK dalam mata pelajaran Ekonomi kurikulum 2013 yang dipelajari seluruh siswa SMA di Indonesia. OJK yakin langkah ini mampu meningkatkan literasi keuangan Indonesia di masa mendatang.

Pada 19 November 2013 lalu, Presiden SBY telah meresmikan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang dicanangkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tujuan besar dari SNLKI ini adalah meningkatkan literasi keuangan Indonesia yang saat ini masih rendah.

Berdasarkan hasil survei nasional literasi keuangan OJK pada tahun 2013, kondisi masyarakat menunjukkan tingkat literasinya baru sebesar 21,8% dengan tingkat utilisasi sebesar 59,7%.

Oleh sebab itu melalui SNLKI ini, OJK berusaha meningkatkan literasi keuangan

melalui 3 pilar. Salah satunya adalah edukasi dan kampanye nasional literasi keuangan. Pilar ini memiliki berbagai program strategis. Antara lain edukasi keuangan di 24 kota di Indonesia dan penyusunan materi literasi keuangan yang mencakup seluruh sektor jasa keuangan untuk setiap jenjang pendidikan formal.

Belum lama ini OJK bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) memasukkan materi tentang OJK dan Industri Jasa Keuangan (IJK) ke dalam jenjang pendidikan formal yakni tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Materi ini disisipkan dalam mata pelajaran Ekonomi

kelas X kurikulum 2013 yang mulai digunakan pada 14 Juli 2014.

"Kerjasama ini merupakan bukti kongkret dukungan dari Kemendikbud dan industri jasa keuangan untuk mendukung masyarakat yang paham akan produk dan jasa keuangan," kata Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Bidang Pendidikan, Musliar Kasim.

Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono mengatakan banyak negara di dunia yang mengajarkan literasi keuangan sejak dini dan masih rendahnya tingkat literasi keuangan di Indonesia adalah alasan OJK memasukkan



materi tersebut ke jenjang SMA.

“Di negara G20, literasi keuangan diajarkan sejak dini. Selain itu riset bank dunia juga menunjukkan literasi keuangan di Indonesia itu masih rendah dibandingkan negara tetangga, padahal ini sangat penting dalam menunjang akses keuangan,” kata Kusumaningtuti belum lama ini.

Lebih jauh dia mengatakan bahwa literasi keuangan ini amat penting dalam suatu negara untuk mendorong perekonomian bangsa tersebut. Banyak riset yang menunjukkan apabila akses keuangan suatu negara tinggi akan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Oleh sebab itu, perlu melakukan edukasi materi literasi keuangan kepada siswa sekolah sejak dini untuk mendukung peningkatan tingkat literasi masyarakat Indonesia.

Sementara itu, pengamat ekonomi, Aviliani menilai program ini merupakan langkah baik yang dilakukan OJK dalam menyosialisasikan industri jasa keuangan. Menurutnya, industri memang sudah menginginkan dari dulu kalau materi tentang sektor jasa keuangan menjadi salah satu mata

pelajaran.

“Karena kita melihat keprihatinan bahwa masyarakat kita sekarang terhadap perbankan saja belum mengenal semuanya apalagi non bank,” ujarnya saat ditemui di Hotel Sari Pan Pacific, Jakarta.

Ia menambahkan melalui kurikulum

ini anak-anak akan diajarkan untuk berani mengambil risiko. “Diharapkan anak-anak SMA itu ketika masuk perguruan tinggi sudah mulai paham sehingga nantinya anak-anak ini bisa menjadi investor-investor khususnya di pasar modal. Karena kita berharap bukan hanya bank yang menjadi hal utama, tapi juga pasar modal dan anak-anak ini berani mengambil risiko,” paparnya.

Kemudian untuk meningkatkan pemahaman guru mengenai materi tersebut. OJK juga telah mengadakan *Training of Trainers (ToT)* kepada guru Ekonomi se Indonesia pada 2-3 Juli 2014 lalu. Dalam ToT tersebut, OJK mengundang 70 guru yang mewakili 34 Provinsi di Indonesia.

“Pemahaman para guru mengenai materi tersebut harus baik, jadi melalui kegiatan ini diharapkan guru sebagai fasilitator dapat menyampaikan pengetahuan tentang OJK dan industri jasa keuangan, sehingga dapat turut berperan mengantarkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (*well literate*). Dengan begitu masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan guna mendorong terciptanya masyarakat Indonesia yang sejahtera,” tandas Kusumaningtuti dalam acara ToT tersebut.

Sambutan positif mengenai terobosan ini juga terdengung dari para pengajar. Peserta ToT dari SMAN 4 Papua, Lucky Christ Sondakh mengapresiasi acara ToT yang sudah diselenggarakan OJK. Menurutnya, melalui acara ini, peserta mendapat banyak ilmu, khususnya bagaimana guru mengaplikasikan materi OJK dan IJK dalam proses belajar





mengajar di sekolah.

Selain melakukan ToT, OJK juga membekali guru dan siswa dengan buku pengayaan "Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan." Buku tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tenaga pengajar dan peserta didik tentang OJK dan enam industri jasa keuangan yang meliputi perbankan, asuransi, pergadaian, pembiayaan, pasar modal dan dana pensiun. Buku ini juga telah disesuaikan dengan tuntutan kurikulum 2013, yang menuntut guru maupun siswa untuk memenuhi keingintahuan dan mengembangkannya.

"Buku ini adalah contoh pengayaan yang cocok untuk kondisi Indonesia. Kita bahagia sekali apa yang dilakukan OJK sehingga bisa menambah pengetahuan bagi anak-anak. Kita jangan sampai ketinggalan dari negara lain," ujar Musliar Kasim saat menghadiri acara ToT.

Dia berharap melalui buku pengayaan ini, anak-anak menjadi lebih suka dan mengerti tentang pelajaran Ekonomi. Pasalnya pelajar SMA dituntut untuk mengikuti pengayaan tentang Otoritas Jasa Keuangan dan sektor jasa keuangan. "Kalau perlu, guru yang baik itu memberikan konsepnya pada anak-anak,"

tukasnya.

Semua Peminatan Dapat Materi OJK dan IJK

Tujuan OJK memasukkan materi OJK dan IJK bukan hanya untuk dipelajari oleh siswa peminatan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) saja, tapi seluruh peminatan yang ada di SMA.

Materi ini juga akan dipelajari oleh siswa program Matematika, Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), Bahasa dan Budaya. Implementasinya adalah melalui program lintas minat yang mewajibkan siswa peminatan Matematika, IPA, Bahasa dan Budaya untuk mengambil dua pelajaran IPS yang salah satunya adalah mata pelajaran Ekonomi. Selain itu mata pelajaran Ekonomi juga dirancang untuk memberikan kesempatan kepada siswa untuk belajar berdasarkan minat mereka.

"Tetapi saat penjurusan, mereka wajib memilih dua pelajaran sosial. Nah biasanya yang dipilih itu mata pelajaran Ekonomi. Jadi siswa jurusan manapun termasuk IPA juga dapat materi OJK kan," ujar Kusumaningtuti, di Jakarta beberapa waktu yang lalu.

Seperti kita ketahui, struktur kurikulum 2013 ini memperkenankan peserta didik menentukan pilihan dalam bentuk pilihan

kelompok peminatan, pilihan lintas minat dan pilihan pendalaman minat. Sejak kelas X siswa sudah harus menentukan kelompok peminatan yang akan dipilih. Semua mata pelajaran yang terdapat dalam kelompok peminatan yang dipilih peserta didik harus diikuti.

Tahun Depan OJK Berencana Memasukkan Materi OJK dan IJK di Tingkat SMP dan SD

Inisiatif memasukkan materi OJK dan IJK tak hanya akan berhenti pada siswa SMA. Setelah masuk ke jenjang SMA, rencananya, materi literasi keuangan ini akan diperluas hingga jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Dasar (SD). Otoritas menargetkan SMP dan SD akan memperoleh materi mengenai literasi keuangan dan OJK pada tahun 2015 mendatang.

"Sebenarnya sasaran kita sampai SD melalui kerjasama dengan Kemendikbud. *Start*-nya SMA dulu yang masuk kurikulum baru 2013, tapi tahun depan itu masuk di kurikulum SMP dan SD," kata Kusumaningtuti.

Ia menuturkan, literasi keuangan sendiri terdiri dari pengetahuan, keterampilan dan keyakinan. Menurut Tituk, dalam ketrampilan



diharapkan masyarakat dapat memperoleh manfaat dan risiko dari produk jasa keuangan. Sedangkan keyakinan, masyarakat nantinya diharapkan memiliki keinginan dalam menggunakan produk jasa keuangan tersebut sehingga menambah kesejahteraan masyarakat.

“Dengan sendirinya menambah kesejahteraan masyarakat. Jadi itu penting sejak usia dini, oleh karena itu kita mulai dari SMA, kemudian SMP dan SD,” kata Tituk.

Saat ini lanjut Kusumaningtuti, pihaknya kini tengah merancang materi tersebut untuk tingkat SMP dan SD. Ia berharap akhir tahun ini sudah selesai dan awal tahun depan sudah bisa diterapkan pada tingkat SMP dan SD.

“Materi SMP dan SD ini baru disiapkan, harapannya awal tahun sudah bisa *launching*, tapi semua itu tergantung dengan Kemendikbud dulu ya,” pungkasnya.

Di lain kesempatan, Direktur Literasi dan Edukasi OJK Agus Sugiarto mengatakan, ke

depan OJK juga berencana akan memberikan praktik kepada anak-anak sekolah, bukan hanya bersifat teori saja. Menurutnya, otoritas akan mengajak industri untuk terbuka kepada anak sekolah yang ingin melihat langsung praktik di industri keuangan.

“Jadi mereka tidak hanya belajar teori, tapi mereka juga bisa mengenal di lapangan, operasional bank ternyata seperti ini, pegadaian seperti ini,” tutur Agus.

Ia menambahkan, materi literasi keuangan ini merupakan salah satu stimulus bagi anak-anak sekolah untuk bisa melakukan perencanaan keuangan sejak dini. Di Indonesia, lanjut Agus, baru sekitar 14 juta orang yang memiliki program dana pensiun. Sedangkan sisanya, lebih dari 200 juta jiwa belum memiliki program tersebut.

“Harus dari sekarang dikenalkan, agar ada keinginan untuk memiliki dana pensiun. Kalau mau pinjam uang, di tempat yang benar. Jangan di tempat-tempat yang ilegal,” sahut

Agus.

Sementara menanggapi rencana OJK tersebut, Direktur Pengembangan Bursa Efek Indonesia (BEI), Frederica Widyasari Dewi mengatakan langkah OJK melakukan edukasi keuangan sejak dini sangat bagus. Yang penting menurutnya materi yang dibuat OJK telah disesuaikan dengan jenjang pendidikannya.

“Nggak apa-apa, nggak terlalu dini kok, yang penting materinya disesuaikan. Jadi untuk SD itu sederhana misalkan mengenal konsep uang, konsep menabung. Karena menurut saya itu dasar yang sangat diperlukan semua anak di Indonesia yaitu bagaimana dia harus cerdas mengelola keuangan dan dirinya. Orang hidup itu salah satu pilar pentingnya adalah meleak keuangan jadi kalau sedini mungkin sih itu lebih bagus,” jelas wanita yang akrab disapa Kiki.

Pengayaan pada siswa, dalam jangka menengah, diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan sehingga dapat menyaingi Singapura dan Malaysia. Tingkat literasi keuangan Indonesia saat ini masih di bawah Thailand dan Filipina. Peningkatan literasi tak mudah dilakukan dalam jangka pendek karena geografi dan kompleksitas penduduknya.

“Materi edukasi keuangan yang masuk ke jenjang pendidikan formal merupakan salah satu program kampanye Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang dicanangkan OJK sejak 2013”



KUPAS TUNTAS BUKU PENGAYAAN OJK

Buku pengayaan OJK memperkenalkan OJK kepada siswa. Selain OJK, ada enam IJK yang turut diperkenalkan. Kita kupas isi buku tersebut.

Semua siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) kelas X di seluruh Indonesia akan mendapatkan materi baru dalam mata pelajaran Ekonomi. Materi itu adalah materi tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Industri Jasa Keuangan (IJK). Untuk mendukung materi tersebut, OJK telah menerbitkan buku pengayaan berjudul “Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan.”

Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S Soetiono mengatakan OJK menggandeng Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) dan industri jasa

keuangan dalam penyusunan buku ini.

Lalu seperti apa buku yang diresmikan pada 14 Juli 2014 ini? Apa saja isi yang disampaikan pada buku tersebut? Mari kita membedahnya.

Secara garis besar, buku ini memang ditujukan untuk memperkenalkan OJK dan IJK kepada siswa. Selain OJK, ada enam IJK yang diperkenalkan pada buku ini yaitu perbankan, perasuransian, pergadaian, dana pensiun, pasar modal dan pembiayaan.

Terkait penyajian, buku ini mudah dipahami karena bahasa yang sederhana dan beberapa contoh kasus pada tiap pembahasannya. Format penyajian yang

disusun juga sistematis, bab demi bab, gambar-gambar dan ilustrasi melengkapi buku ini, mutiara kata serta bagan yang semakin menarik pembaca. Harapannya, hal ini dapat mendorong rasa ingin tahu lebih jauh pada peserta didik.

Di dalam buku ini juga disajikan glosarium yang berisi kata-kata dan istilah penting yang biasa digunakan dalam kegiatan OJK dan IJK sehingga mempermudah peserta didik mencari padanan yang telah dituangkan dalam masing-masing bab.

Sekarang mari kita bedah lebih mendalam. Pada daftar isi, selain isi bab per bab, OJK juga menyediakan daftar bagan,

gambar dan tabel. Hal ini memudahkan peserta didik mencari halaman bagan atau tabel yang diinginkannya.

Pada Bab I, buku ini berisi pendahuluan yang menyajikan sekilas tentang karakteristik program peminatan, latar belakang diterbitkannya buku ini, tujuan, ruang lingkup dan format buku. Bab ini juga memaparkan tentang tahapan kehidupan manusia yang membahas perencanaan keuangan keluarga pada tiap tahap kehidupan.

Masuki Bab II, peserta didik mulai dikenalkan dengan lembaga independen tersebut. Isi dari bab ini mengupas tentang proses peralihan pengawasan sektor jasa keuangan ke OJK, latar belakang terbentuknya OJK dan tujuan dibentuknya OJK. Kemudian siswa juga dikenalkan dengan fungsi, tugas dan wewenang OJK, visi misi OJK dan struktur organisasi OJK. Selain hal tersebut, bab ini juga memperkenalkan siswa tentang tugas OJK dalam melakukan edukasi dan perlindungan konsumen serta layanan konsumen OJK. Bab ini juga memberikan tips perlindungan konsumen, tips berinvestasi dan karakteristik investasi yang perlu diwaspadai.

Yang menarik dari bab ini adalah soal latihan siswa pada poin enam. Dalam soal tersebut, siswa ditugaskan untuk berkunjung ke kantor OJK. Di sana siswa ditugaskan untuk membuat laporan dan mempresentasikannya tentang program apa yang sudah tercapai dan belum tercapai, apa penyebab dan bagaimana mengatasinya.

Kemudian pada Bab III, siswa akan mengenal lebih jauh tentang perbankan. Pada awal bab ini, peserta didik akan mengenal definisi bank dan diajak berpikir apa jadinya bila tidak ada bank melalui tiga contoh kasus. Lalu memasuki sub bab berikutnya, siswa akan dikenalkan tentang jenis-jenis bank berdasarkan fungsi dan kegiatan operasionalnya, karakteristik, manfaat dan risiko produknya. Di bab ini juga diajarkan bagaimana mekanisme penggunaan produk dan jasa bank, pengelolaan keuangan dan mengelola risiko.

Pada Bab IV berisi pengetahuan tentang asuransi yang dapat memberikan jaminan terhadap semua risiko. Misalnya risiko kehilangan harta benda atau risiko kesehatan. Siswa diajak untuk mendalami contoh kasus yang berkaitan dengan risiko yang dihadapi dalam hidup. Dalam bab ini, peserta didik juga dapat memahami pengertian asuransi, jenis dan produk asuransi dan manfaat asuransi.

Sementara pada Bab V, buku ini membahas



tentang pegadaian. Peserta didik akan dikenalkan pada perkembangan pegadaian, produk pegadaian, besarnya jumlah pinjaman dan prosedur dalam melakukan pinjaman. Lalu pada Bab VI, buku yang diterbitkan OJK ini membahas tentang perusahaan pembiayaan. Ada tujuh sub bab yang diberikan kepada siswa untuk menambah pengetahuannya kepada perusahaan pembiayaan. Antara lain adalah definisi, manfaat dan risiko perusahaan pembiayaan.

Berlanjut pada Bab VII, siswa akan diajak untuk mengenal lebih jauh tentang pasar modal yang merupakan instrumen investasi untuk masa depan yang lebih baik. Bab ini menjelaskan alasan siswa perlu melakukan investasi sejak dini. Kemudian mengenal produk pasar modal seperti saham, obligasi dan reksadana. Manfaat keberadaan pasar modal yang salah satunya adalah menjadi wadah investasi bagi investor juga dibahas pada bab ini.

Lalu pada Bab VIII yang merupakan bab terakhir, peserta didik diajarkan untuk mengelola keuangannya dalam masa tuanya kelak melalui dana pensiun. Pengertian pensiun bisa didapatkan pada pengantar bab ini. Kemudian bagaimana persiapan masa depan dan masa pensiun akan dibahas disini untuk perbekalan siswa menghadapi hari tuanya kelak. Pada sub bab yang lain, peserta didik bisa mengenal lebih jauh tentang lembaga mana saja yang menyelenggarakan dana pensiun.

Secara keseluruhan buku pengayaan



ini bertujuan untuk mengembangkan perluasan dan pendalaman materi OJK dan IJK pada kurikulum 2013. Sementara dalam penyajiannya, bahasanya jelas dan mudah dipahami sehingga memudahkan peserta didik untuk belajar mandiri dan mempraktikkan pengalamannya dalam kehidupan sehari-hari.



SISWA SMA KELAS X MULAI PELAJARI OJK DAN IJK

Pelajaran tentang OJK dan IJK akan dipelajari oleh siswa SMA. Mereka akan mempelajarinya selama 1,5 bulan.

Mulai tahun ajaran baru ini, siswa SMA kelas X peminatan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) akan mendapatkan materi pelajaran tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Industri Jasa Keuangan (IJK). Materi tersebut dimasukkan dalam mata pelajaran Ekonomi kurikulum 2013. Bukan hanya siswa peminatan IPS, siswa peminatan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) dan Bahasa juga harus mempelajarinya lewat program lintas minat yang mewajibkan siswa untuk mengambil program mata pelajaran IPS.

"Pada saat penjurusan, mereka (siswa SMA) wajib memilih dua pelajaran sosial. Nah, biasanya yang dipilih itu mata pelajaran Ekonomi. Jadi siswa jurusan IPA juga dapat materi OJK," kata Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono.

Sementara itu, berkaitan dengan berapa lama porsi materi OJK yang diajarkan kepada siswa, Ketua Asosiasi Guru Ekonomi Indonesia, Wiji Purwanta mengatakan dari 3 jam per minggu jatah mata pelajaran Ekonomi, materi OJK akan diajarkan selama 1,5 bulan.

"Kelas X itu ada 9 kompetensi dasar. Kompetensi dasar yang kelima itu bank, lembaga keuangan non bank, Bank Indonesia dan OJK. Kalau mau dibagi waktu secara rata, materi OJK ini kira-kira 1,5 bulan," ucap Wiji.

Wiji mengatakan dalam materi terbaru tersebut materi yang diajarkan tidak hanya OJK, tetapi juga 6 Lembaga Jasa Keuangan (LJK) yang diawasi dan diatur OJK. "Yang

dipelajari isinya kan bukan hanya OJK, ada pasar modal, bank, asuransi, pembiayaan, pergadaian dan dana pensiun. Jadi tentu saja waktu yang ada itu dibagi-bagi dan kita akan sarankan kepada sekolah untuk menambah jam supaya lebih dalam dan luas lagi," tukas Wiji.

Seperti kita ketahui bahwa pada kurikulum 2013 yang diterapkan pada sekolah-sekolah di Indonesia sejak 14 Juli 2014 lalu ini membolehkan sekolah untuk menambah jam pelajaran hingga 70 jam per minggu.

"Kurikulum 2013 ini membolehkan sekolah memberikan bobot belajar hingga 70 jam dalam satu minggu bila dibutuhkan dan sesuai kondisi serta daya dukung sekolah. Tetapi meskipun begitu mata pelajaran akan dikurangi, kita harus merubah paradigmanya," tukas Kasie kurikulum SMA Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta, Budiyanto.

PENDAPAT MASYARAKAT TENTANG MATERI OJK DAN BUKU PENGAYAAN

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyisipkan materi mengenai OJK dan industri jasa keuangan (IJK) ke jenjang pendidikan formal pada kurikulum terbaru yakni kurikulum 2013. OJK menggandeng Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) untuk menyukseskan program tersebut. OJK menyisipkan materi tersebut pada mata pelajaran Ekonomi siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) kelas X.

Sebagai pembekalan tenaga pengajar dan peserta didik, OJK bekerjasama dengan IJK juga telah menerbitkan buku pengayaan sebagai bahan pembelajaran dan perluasan materi tersebut. Hadirnya materi OJK dan IJK tersebut merupakan sesuatu hal yang baru bagi tenaga pengajar dan siswa. Lalu bagaimana tanggapan guru dan pelaku industri mengenai hadirnya materi OJK dan IJK pada kurikulum 2013 ini?



Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Bidang Pendidikan Musliar Kasim

Ini merupakan bukti kongkret dukungan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta industri jasa keuangan untuk mendukung masyarakat yang paham akan produk dan jasa keuangan. Sementara itu buku yang diterbitkan adalah contoh pengayaan yang cocok untuk kondisi Indonesia. Kita bahagia sekali dengan hal yang dilakukan OJK sehingga bisa menambah pengetahuan bagi anak-anak. Kita jangan sampai ketinggalan dari negara lain.



Direktur Pengembangan Bursa Efek Indonesia (BEI) Frederica Widayarsi Dewi

Bagus. Ini suatu langkah nyata yang memang sangat diperlukan. Ketika masuknya program ini sejak SMA itu jangkauannya lebih luas. Untuk buku pengayaan ini, kita diminta memberikan masukan juga, bagusnya OJK sudah konfirmasi ke industri masing-masing jadi sudah pasti materinya *up to date* dan betul. Kemudian sudah dites juga kepada murid. Mereka penerimaannya seperti apa. Kalau terlalu sulit di-*smoothing* lagi.



Siswi SMA N 8 Jakarta Saska Vania Diandra

Dengan hadirnya materi ini, menurut saya, sangat bermanfaat karena bisa melatih siswa sejak dini tahu tentang OJK dan industri jasa keuangan. Mengenai buku OJK, semoga saja buku ini bisa menunjang materi yang diujikan pada kurikulum 2013. Kemarin *sih* kita sudah belajar bank dan OJK juga, mungkin dengan buku ini akan lebih detil.



Guru Ekonomi SMA N 1 Semarang Harmini, M.Pd

Ini (materi OJK dan IJK) sangat bermanfaat. Kami sangat bersyukur sekali dengan adanya buku pengayaan karena kita dapat mempelajari materi OJK dan IJK dari sumbernya langsung sehingga ada pencerahan. Kita sudah menerapkan kurikulum 2013 sejak tahun lalu, dan sebelumnya kita mencari sumber hanya dari internet dan mengajak anak-anak untuk *sharing* karena belum memperoleh sumbernya langsung.

KONGLOMERASI KEUANGAN

PENGAWASAN TERPADU CEGAH RISIKO SISTEMIK

Perbankan di Indonesia ramai-ramai membangun gurita bisnisnya di sektor keuangan. Pengawasan terpadu menjadi solusi OJK mengawasi grup keuangan ini. Siapa saja mereka?



Lebih dari satu dekade lalu, sektor perbankan di Indonesia pernah terluka akibat praktik pengelolaan bank yang tidak sehat. Bank menjadi sapi perah dari grup usahanya. Ketika grupnya *collaps*, bank pun ikut tumbang.

Tren grup keuangan yang terjadi saat ini mungkin berbeda dengan dulu. Namun kekhawatiran akan adanya potensi risiko sistemik tetap sama. Keterkaitan yang erat antara lembaga keuangan yang satu dengan yang lain adalah pemicunya.

Itulah tantangan yang kini dihadapi

akan meningkatkan daya saing perusahaan dan mendorong kinerja perusahaan. Sementara dampak negatifnya adalah dimungkinkan adanya potensi monopoli, *conflict of interest* dan efek rembetan antar perusahaan yang saling terkoneksi.

Untuk itulah OJK memandang perlu ada pengawasan yang terintegrasi. Terintegrasi dalam artian agar tidak terjadi apa yang disebut sebagai *regulatory arbitrase*. Artinya, mencegah orang memanfaatkan sektor keuangan yang pengawasannya dianggap lebih lemah. "Kita ingin semua pengawasan

diawasi oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK). Dengan sistem yang terdahulu, regulator tidak bisa melihat gambaran industri secara bersamaan. Nah sekarang, dengan bersatunya pengawasan di bawah payung OJK, maka OJK bisa melakukan pengawasan yang lebih terintegrasi. Sehingga gambaran utuh dari suatu grup usaha dapat segera diketahui dengan lebih baik. "Hal ini sangat penting dalam membangun pendekatan pengawasan yang lebih terintegrasi," tambah Muliaman.

Sebagai upaya melakukan pengawasan yang terintegrasi ini, OJK menggodok pengaturan dan metodologi pengawasan semua sektor dengan level yang sama. Karenanya harus ada mekanisme harmonisasi dari bank, dan lembaga keuangan bukan bank. Upaya OJK adalah mengharmonisasikan sekaligus meng-*update* peraturan-peraturan yang ada.

Dalam bidang pengawasan, OJK menyusun apa yang disebut metodologi pengawasan yang berdasarkan risiko. Pengawasan ini berlaku sama terhadap bank, perusahaan asuransi dan lembaga keuangan bukan bank lainnya.

"Industri Keuangan Non Bank (IKNB) dalam perkembangannya terus meningkat dengan *size* yang makin besar. IKNB bahkan makin diekspos, tidak hanya dinamika domestik tetapi sekarang juga sudah terekspos dengan dinamika global. Hal ini tentu membutuhkan penanganan, baik induknya maupun anak usahanya," kata Muliaman.

Integrasi pengawasan, lanjutnya, direalisasikan dalam pedoman atau *guidelines* dalam bentuk peraturan OJK. Peraturan ini memberikan pedoman bagaimana seharusnya pengelolaan terhadap anak-anak perusahaan yang dimiliki oleh bank. Integrasi antara induk usaha dan anak usaha ini terkait beberapa hal, diantaranya dalam manajemen risiko, internal audit dan juga mekanisme perencanaan.

"Kita ingin mekanisme dan prosedur dengan kualitas yang sama diterapkan di anak perusahaan. Jadi jangan sampai di induk perusahaan syaratnya ketat, sementara di anak perusahaan syaratnya longgar. Jangan sampai juga aset-aset busuk ditaruh di anak perusahaan. Jangan sampai ada kebijakan bahwa yang memimpin anak-anak perusahaan bukan *top people*," terang Muliaman.



oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK) di tengah maraknya tren konglomerasi keuangan di Indonesia. Maraknya integrasi antar sektor keuangan di satu sisi mencerminkan kemajuan bisnis yang pesat di sektor keuangan. Namun disisi yang lain juga mengandung berbagai implikasi bisnis.

Integrasi di sektor keuangan pada gilirannya menimbulkan sebuah sinergi sekaligus keterkaitan antara satu dengan lainnya. Pada kondisi tertentu, konektivitas ini memicu berbagai risiko yang berpotensi menggoyang stabilitas sistem keuangan. Karenanya, integrasi di sektor keuangan ini layak dipandang dari dua sisi. Sisi positifnya adalah sinergi yang terjadi pada hakikatnya

sama rata. Sehingga dengan demikian, tidak ada arbitrase," terang Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Haddad.

Pengawasan yang terintegrasi diperlukan mengingat perkembangan bisnis grup usaha keuangan yang semakin menggurita. Saat ini, hampir setiap bank memiliki anak perusahaan. Anak perusahaan itu pada umumnya berbentuk asuransi, *multifinance*, dan lembaga keuangan lainnya. Bisnisnya menjadi terintegrasi. Dengan pengawasan terintegrasi maka regulator tak kehilangan gambaran lengkap sektor keuangan. Apa maksudnya?

Sebelumnya, bank diawasi oleh Bank Indonesia (BI). Sementara anak-anak usahanya



Muliaman menambahkan, bahwa OJK mengantisipasi terjadinya kondisi di mana anak perusahaan bisa memperburuk induk. Karena kondisi yang kuat pada induk perusahaan kini bisa ditarik ke bawah kalau anak perusahaannya jelek. Kecukupan induk bank ini harus memperhatikan anak-anak usaha.

OJK terus berupaya agar dalam periode dua tahun ke depan, kesenjangan regulasi antar sektor jasa keuangan dapat diminimalisir. Selanjutnya, konsep pengawasan terintegrasi akan diterapkan secara bertahap dengan

mempertimbangkan aspirasi dan kesiapan industri.

Pengawasan Ketat 31 Industri Keuangan

Saat ini, OJK tengah melakukan pengawasan terintegrasi kepada sejumlah industri konglomerasi keuangan, baik kecil maupun besar. OJK telah mengidentifikasi 31 kelompok konglomerasi bisnis keuangan di Indonesia yang sebagian besar diantaranya dikuasai industri perbankan. Beberapa konglomerasi tersebut antara lain CT Corp, Panin Group, Bosowa, BNI, BRI, Mandiri, dan

BCA. Adapun konglomerasi lainnya yang memiliki anak usaha di bidang keuangan ialah Lippo Grup, Sinar Mas Grup, dan MNC Group.

BCA misalnya. Saat ini BCA memiliki sekitar lima anak usaha di sektor keuangan, diantaranya BCA Insurance, BCA Sekuritas, dan BCA Finance. Dalam waktu dekat, anak usaha grup Djarum ini dikabarkan akan mendirikan lagi satu anak usaha baru di bidang asuransi jiwa.

Langkah tersebut dilakukan menyusul kesuksesan BCA mengelola grup keuangannya. Dari anak usahanya ini, BCA



“OJK mengantisipasi terjadinya kondisi di mana anak perusahaan bisa memperburuk induk. Karena kondisi yang kuat pada induk perusahaan kini bisa ditarik ke bawah kalau anak perusahaannya jelek. Kecukupan induk bank ini harus memperhatikan anak-anak usaha.”



sukses mengantongi pundi-pundi bisnis yang mengesankan. Lihat saja strategi BCA dalam menyalurkan kredit kendaraan bermotor melalui anak usahanya BCA Finance. BCA Finance pun tumbuh menjadi salah satu perusahaan pembiayaan terbesar di Indonesia.

Hal serupa juga dilakukan PT Bank Danamon Tbk (Bank Danamon). Saat ini, Bank yang sebagian sahamnya dimiliki oleh investor Singapura ini tercatat memiliki anak usaha di bidang asuransi (Adira Insurance), kredit (Adira Kredit) dan juga di bidang pembiayaan (Adira Finance). Ketiganya tumbuh pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi Bank Danamon.

CIMB Niaga juga tak ingin ketinggalan dalam membesarkan pohon bisnisnya. Anak usaha CIMB Group asal Malaysia ini juga memiliki anak usaha di bidang keuangan. CIMB Sun Life adalah anak usaha yang bergerak di bisnis asuransi jiwa. Sementara PT CIMB Niaga Auto Finance adalah anak usaha CIMB Niaga dalam menyalurkan kredit otomotif.

Tak hanya bank swasta, bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pun tak mau kalah dalam berlomba membangun kerajaan keuangan. Bank Mandiri misalnya, tercatat memiliki sebanyak sepuluh anak usaha di bidang keuangan. Diantaranya, PT. AXA Mandiri Financial Services, Mandiri AXA General Insurance, Mandiri Tunas Finance, Bank Syariah Mandiri dan juga Mandiri Sekuritas. BRI memiliki BRI AGRO. Sementara BNI memiliki BNI Life Insurance, BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Remittance Ltd, dan juga BNI Sekuritas.

Mengingat banyaknya konglomerasi perbankan tersebut, maka pada September tahun ini, OJK mulai efektif melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap grup keuangan. Lalu bagaimanakah kesiapan bank-bank ini menghadapi pengawasan tersebut?

Presiden Direktur BCA Jahja Setiaatmadja menuturkan sudah seharusnya perbankan memperhatikan anak-anak perusahaan dari segi kredit maupun risiko anak perusahaan. Jahja pun mendukung adanya pengawasan yang terpadu di sektor keuangan.

Perkembangan dan kompetisi di sektor keuangan dan perbankan pada tahun-tahun mendatang akan sangat dinamis. Selain pengawasan, industri ini harus siap dengan berbagai jebakan ekonomi di masa mendatang. Untuk itulah pengawasan terpadu ini dibuat dan diterapkan.

TABEL GROUP KEUANGAN OLEH BANK

BANK MANDIRI

1. Mandiri Sekuritas
2. AXA Mandiri Financial Services
3. Mandiri AXA General Insurance
4. PT. Bank Syariah Mandiri
5. PT. Mandiri Tunas Finance
6. PT. Bank Sinar Harapan Bali
7. Bank Mandiri (Europe Limited)
8. Mandiri International Remittance
9. Inhealth Indonesia
10. Mandiri Manajemen Investasi

BNI

1. BNI Life Insurance
2. BNI Sekuritas
3. BNI Multifinance
4. BNI Syariah
5. BNI Remittance Limited
6. BNI Asset Management

DANAMON

1. Adira Insurance
2. Adira Finance
3. Adira Kredit

BRI

1. BRI Syariah
2. BRI AGRO
3. BRI Remittance

BCA

1. BCA Finance
2. BCA Syariah
3. BCA Insurance
4. BCA Sekuritas
5. BCA Finance Limited, Hongkong

CIMB NIAGA

1. CIMB Sunlife
2. CIMB Niaga Auto Finance
3. KITA Finance

GRC MENDETEKSI SECARA DINI KESEHATAN KONGLOMERASI

Di era konglomerasi keuangan, waspada akan bencana keuangan sistemik harus sangat diperhatikan. Fungsi GRC akan menjadi detector kerawanan tersebut.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat ada sekitar 31 konglomerasi keuangan di Indonesia. Konglomerasi sektor keuangan yang selama ini dinilai negatif, harusnya dapat membuktikan diri tidak seburuk itu citranya. Jika berkembang dan tumbuh positif, konglomerasi keuangan akan mendorong perekonomian.

Oleh karena itu, konglomerasi ini harus diawasi agar berjalan sesuai dengan harapan dan tidak mengganggu perekonomian

nasional. OJK bekerjasama dengan berbagai pemangku kebijakan untuk mengawasi sektor konglomerasi perbankan ini.

Fenomena tersebut perlu disikapi dengan harmonisasi aturan, baik aturan perbankan, pasar modal, dan lembaga keuangan lainnya. OJK nantinya akan membuat aturan laporan keuangan konsolidasian konglomerasi perbankan bersama dengan anak-anak usahanya. Nantinya, terdapat tiga komite untuk mengawasi konglomerasi perbankan yang diketuai oleh Nelson Tampubolon dengan anggota Nurhaida dan Firdaus Djaelani.

Selain itu, pelaku usaha jasa keuangan (PUJK) yang menjalankan bisnis juga harus mematuhi prinsip *governance, risk management, and compliance* (GRC). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akan membuat panduan mengenai GRC bagi sektor jasa keuangan. Hal ini dilakukan agar seluruh sektor dapat menerapkan GRC dan bisa menjaga stabilitas perusahaan.

Anggota Dewan Komisiner sekaligus Ketua Dewan Audit OJK Ilya Avianti mengatakan penerapan GRC ini bertujuan untuk mencegah atau mendeteksi secara dini berbagai risiko eksternal maupun internal. Terutama, bila ada ancaman krisis yang menyerang perusahaan.

Model ini mampu menghindari adanya *loopholes/uncontrolled activities* yang selama ini sulit dijangkau oleh fungsi *assurance* perusahaan. Kemudian, juga memungkinkan efisiensi pekerjaan dan biaya karena dapat menghindari adanya duplikasi proses *assurance*.

"Implementasi model ini secara efektif juga akan mengefisienkan proses *database, data warehouse*, dan sistem IT (*information technology*) karena kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan satu sistem terintegrasi," ujarnya.

Hal senada juga dikatakan Presiden Direktur BCA, Jahja Setiaatmadja, bahwa sebenarnya GRC menjadi hal yang sangat penting. "Apalagi kalau kita sudah masuk ke sistem konglomerasi," kata Jahja.

Jahja mengatakan bank memerlukan laporan yang holistik dan menyeluruh terkait GRC di berbagai bidang, meliputi operasi, proses, transaksi, sistem dan data. Strategi GRC di sebuah bank layaknya sebuah *hub* atas interaksi dinamis yang terintegrasi, informasi, analitik, reporting, dan monitoring. Kombinasi laporan GRC akan disadur ke dalam GRC dashboard yang akan dijadikan landasan berpikir manajemen dalam menghasilkan keputusan strategis.



Fidusia: Lindungi *Multifinance* dan Konsumen

Perjanjian fidusia menjadi landasan hukum bagi perusahaan pembiayaan dan konsumennya. Sayangnya, tak semua perusahaan multifinance mendaftarkan fidusia. Dan tak semua konsumen memahami perjanjian fidusia.

Umat muslim baru saja merayakan hari raya Idul Fitri pada Juli lalu. Hal itu menjadi momentum penting bagi perusahaan pembiayaan. Pada saat momentum itulah bisnis pembiayaan kendaraan bakal melonjak. Perusahaan pembiayaan adalah salah satunya yang akan mendapatkan berkah pada situasi ini. Tak jarang masyarakat menggunakan perusahaan pembiayaan sebagai jembatan untuk memperoleh kendaraan idamannya.

Namun, tak jarang pula masyarakat yang berurusan dengan perusahaan pembiayaan tersandung masalah cicilan yang tersendat. Akibatnya, mereka pun harus berhadapan dengan *debt collector* yang direkrut perusahaan pembiayaan untuk menagih atau menarik kendaraan “bermasalah”.

Minimnya informasi dan edukasi baik dari sisi nasabah maupun *debt collector* membuat proses penagihan dan penarikan

berakhir dengan sengketa. Sebab tak jarang, perusahaan pembiayaan yang menyewa *debt collector* menggunakan cara-cara yang tidak etis, bahkan kekerasan dalam melakukan penagihan. Padahal cara itu sama sekali tak dibenarkan.

Praktik *debt collector* yang seperti ini pun makin menimbulkan keresahan masyarakat. Beberapa konsumen yang kecewa dengan cara-cara kasar *debt collector* kadangkala memanfaatkan organisasi masyarakat untuk melawan tindakan kasar sang oknum *debt collector*, dengan cara kekerasan yang serupa. Sebagian lagi yang paham hukum melawan dengan menyewa jasa konsultan hukum atau pengacara untuk menuntut balik perusahaan pembiayaan dan perusahaan penyedia jasa *debt collector*. Dalam kasus ini, perusahaan pembiayaan yang akhirnya tertimpa kerugian.

Di luar negeri, sebetulnya ada ketentuan yang mengatur tentang praktik *debt collector*.

Menurut pasal 60 *Trade Practices Act 1974* No. 51, 1974 dan pasal 12 DJ ASIC (*Australian Securities and Investments Commission*) Act 2001 dinyatakan bahwa *debt collector* dilarang menggunakan kekuatan fisik, pelecehan yang tidak semestinya dan/atau paksaan agar yang berhutang melakukan pembayaran atas barang atau jasa.

Di Indonesia, saat ini belum ada aturan yang secara khusus mengatur soal penagihan utang atau *debt collector*. Pada prinsipnya, *debt collector* bekerja berdasarkan atas kuasa yang diberikan oleh kreditur untuk menagih utang kepada debiturnya. Dan perjanjian pemberian kuasa diatur dalam KUH Perdata.

Pengaturan mengenai penggunaan jasa *debt collector* baru diatur di industri perbankan. Aturan tersebut mengatur bahwa bank dibolehkan menggunakan jasa *debt collector*. Namun bank harus memberitahukan terlebih dahulu kepada nasabah. Kemudian,



bank juga diwajibkan untuk mengawasi tata cara, mekanisme, prosedur, dan kualitas pelaksanaan kegiatan oleh pihak lain tersebut sesuai dengan tata cara, mekanisme, prosedur, dan kualitas pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh bank itu sendiri. Bank harus menjamin bahwa penagihan dilakukan dengan cara-cara yang tidak melanggar hukum. Penagihan oleh pihak lain tersebut selanjutnya hanya dapat dilakukan jika kualitas tagihan telah termasuk dalam kategori kolektibilitas diragukan atau macet. Perjanjian kerjasama antara bank dan pihak lain untuk melakukan penagihan selanjutnya harus memuat klausul tentang tanggung jawab bank terhadap segala akibat hukum yang timbul akibat dari kerjasama dengan pihak lain tersebut.

Sedangkan, jika merujuk pada ketentuan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP), disebutkan bahwa tindakan kekerasan yang dilakukan oleh *debt collector* bisa dijera hukum. Dalam pasal 310 KUHP disebutkan, dalam hal *debt collector* tersebut menggunakan kata-kata kasar dan dilakukan di depan umum, maka ia bisa dipidana dengan pasal penghinaan. Sanksinya adalah maksimal sembilan bulan penjara atau denda. Selain itu, *debt collector* juga dapat dijera pasal 335 ayat (1) KUHP tentang perbuatan tidak menyenangkan dengan ancaman maksimal satu tahun penjara atau denda.

Kembali pada bahasan utama, dalam perjanjian kredit antara konsumen dengan

perusahaan pembiayaan, biasanya disertai dengan perjanjian fidusia. Perjanjian fidusia ini yang akan mengatur mengenai mekanisme penyitaan kendaraan bagi konsumen yang lalai membayar cicilan (kredit macet) alias menunggak.

Contoh kasus di bawah ini mungkin dapat menjadi pelajaran, baik bagi perusahaan pembiayaan maupun konsumen. Sebut saja A, yang adalah nasabah perusahaan pembiayaan. A membeli kendaraan roda dua (motor) dengan cara kredit melalui perusahaan pembiayaan X. A terlambat membayar cicilannya, A pun didatangi oleh *debt collector* yang diutus oleh perusahaan X. Berbekal surat kuasa penarikan (SKP) dari perusahaan X, *debt collector* itu kemudian berniat mengambil motor A. A kemudian menanyakan sertifikat fidusia kepada *debt collector*, yang dijawab bahwa sertifikat fidusia ada di perusahaan X dan tetap menarik paksa motor A.

A yang tidak terima dengan perlakuan *debt collector*, kemudian melaporkan tindakan tersebut ke pihak berwajib. Kasus ini pun berlanjut ke pengadilan. A dapat membuktikan bahwa antara A dengan perusahaan X memang melakukan perjanjian pembiayaan dengan pola penyerahan hak milik secara fidusia. Sayangnya, perusahaan X terbukti tidak segera mengurus fidusia yang dimaksud. Pengadilan kemudian memutuskan bahwa *debt collector* itu telah melanggar hukum meski bukan merupakan

tindak pidana. Berbekal pemahaman tentang fidusia, A pun memenangkan kasus tersebut.

Nah, sebenarnya jika konsumen lebih cermat, dalam perjanjian kredit tercantum poin perihal perjanjian fidusia. Poin ini yang kelak dapat melindungi hak konsumen maupun perusahaan pembiayaan dalam proses perjanjian kredit yang dilakukan keduanya.

Perjanjian fidusia biasanya ada pada saat perjanjian jual beli antara konsumen dan perusahaan pembiayaan dibuat. Pemerintah sendiri sudah menerbitkan aturan jaminan fidusia. Aturan ini tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia.

Fidusia adalah pengalihan hak kepemilikan suatu benda atas dasar kepercayaan dengan ketentuan bahwa benda yang hak kepemilikannya dialihkan tersebut tetap dalam penguasaan si pemilik. Fidusia termasuk perjanjian *assesoir*. Maksudnya, perjanjian *assesoir* itu tidak mungkin berdiri sendiri, tetapi mengekor perjanjian lainnya yang merupakan perjanjian pokok, dalam hal ini perjanjian jual-beli.

Aturan ini menyatakan bahwa pembeli kendaraan berhak tetap memiliki kendaraan meski pembayaran cicilannya menunggak karena sudah membayar uang jaminan fidusia kepada perusahaan pembiayaan. Perusahaan pembiayaan juga diwajibkan menyetorkan dana itu kepada kantor pendaftaran yang ditunjuk pemerintah.



Akan tetapi pada praktiknya, perusahaan pembiayaan banyak yang tidak mendaftarkan perjanjian itu kepada Kantor Pendaftaran Fidusia. Padahal konsumen sudah menandatangani perjanjian bahwa mereka setuju untuk memberikan hak kepemilikan kepada perusahaan pembiayaan sampai kendaraannya lunas. Nah, seringkali kesepakatan hukum itu tidak dilaporkan kepada negara melalui Kantor Pendaftaran Fidusia di Kementerian Hukum dan HAM. Padahal berdasarkan aturan formal, setiap perjanjian pembiayaan yang mencantumkan kata-kata “dijaminan secara fidusia” harus dibuat notaris dan didaftarkan pada kantor fidusia untuk mendapatkan sertifikat.

Pada 2012, pemerintah merilis Peraturan Menteri Keuangan (PMK) nomor 130/PMK.010/2012 yang mewajibkan perusahaan pembiayaan atau *multifinance* yang melakukan pembebanan jaminan fidusia untuk mendaftarkan jaminan tersebut kepada kantor pendaftaran fidusia paling lambat 30 hari sejak perjanjian pembiayaan dilakukan. Namun demikian, aturan yang berlaku sejak 7 Oktober 2012 lalu itu tidak berlaku bagi *multifinance* yang selama ini memang tidak melakukan penjaminan fidusia kepada nasabahnya.

Hal itu ditegaskan oleh Kepala Eksekutif Industri Keuangan Non Bank Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Firdaus Djaelani bahwa

pendaftaran jaminan fidusia bukanlah hal wajib bagi *multifinance*. *Multifinance* yang wajib mendaftarkan fidusia adalah perusahaan yang membebaskan jaminan fidusia kepada nasabahnya. “Namun, apabila perusahaan pembiayaan tidak mendaftarkan fidusia, maka tidak dapat menarik kendaraan dari konsumen jika terjadi kredit macet,” kata Firdaus.

Berdasarkan data OJK, hingga semester satu 2013, terdapat sekitar 20 juta kontrak konsumen di 33 kantor fidusia. Artinya, ada sekitar 5.000 kontrak per hari yang didaftarkan perusahaan pembiayaan untuk kendaraan bermotor yang dibiayainya.

Dari keterangan OJK dapat disimpulkan, bahwa fidusia sebenarnya memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Dengan adanya aturan ini, konsumen memperoleh kepastian bahwa barang yang dibelinya terjamin karena perusahaan tempat mengajukan pembiayaan tidak bisa sewenang-wenang menarik kendaraan ketika cicilannya macet. Aturan ini menjadi pedoman yang jelas mengenai perlindungan hukum terkait hak kepemilikannya atas kendaraan yang sudah dibeli konsumen. Sehingga konsumen bisa lebih tenang dalam menggunakan kendaraan yang dibelinya secara kredit.

Namun, tak hanya melindungi konsumen, perjanjian fidusia sebenarnya juga melindungi hak perusahaan pembiayaan. Sebab,



perusahaan pembiayaan akan memiliki pegangan saat akan menarik kendaraan yang kreditya tidak lancar. Selama ini perusahaan sering kali mengalami kesulitan untuk menarik kendaraan jika konsumen yang bersangkutan gagal bayar.

Direktur Bussan Auto Finance, Armando Lung Ng mengakui bahwa pendaftaran fidusia sebenarnya merupakan aturan yang sangat baik. "Bagi kami itu akan mengurangi *bad debt customer*," ujarnya.

Apa saja sebenarnya isi dari UU Jaminan Fidusia? Beberapa poin yang layak menjadi perhatian konsumen. Pertama, perusahaan pembiayaan yang melakukan pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor dengan pembebanan jaminan fidusia wajib mendaftarkan jaminan fidusia dimaksud pada Kantor Pendaftaran Fidusia sesuai UU yang mengatur mengenai jaminan fidusia.

Kedua, kewajiban pendaftaran jaminan fidusia tersebut berlaku pula bagi perusahaan pembiayaan yang melakukan pembiayaan konsumen kendaraan bermotor berdasar prinsip syariah dan/atau pembiayaan konsumen kendaraan bermotor yang pembiayaannya berasal dari pembiayaan penerusan (*channeling*) atau pembiayaan bersama (*joint financing*).

Ketiga, perusahaan pembiayaan wajib mendaftarkan jaminan fidusia pada Kantor Pendaftaran Fidusia paling lama 30 hari kalender terhitung sejak tanggal perjanjian pembiayaan konsumen.

Keempat, perusahaan pembiayaan dilarang melakukan penarikan benda jaminan fidusia berupa kendaraan bermotor jika Kantor Pendaftaran Fidusia belum menerbitkan sertifikat jaminan fidusia dan menyerahkannya kepada perusahaan pembiayaan.

Kelima, penarikan benda jaminan fidusia berupa kendaraan bermotor oleh perusahaan pembiayaan wajib memenuhi ketentuan dan persyaratan sebagaimana diatur dalam UU mengenai jaminan fidusia dan telah disepakati oleh para pihak dalam perjanjian pembiayaan konsumen kendaraan bermotor.

Keenam, Perusahaan pembiayaan yang melanggar ketentuan tersebut, dikenakan sanksi administratif secara bertahap berupa peringatan, pembekuan kegiatan usaha, atau pencabutan izin usaha.

Meski aturan mengenai fidusia sendiri sudah jelas disebutkan, masih saja terjadi penyitaan kendaraan secara ilegal oleh

oknum *debt collector* yang tak memegang sertifikat fidusia. Mereka menarik secara paksa, ataupun dengan cara teror dan kekerasan. Hal ini lagi-lagi karena minimnya pengetahuan konsumen.

Terkait dengan perilaku oknum *debt collector* yang kerap kali menimbulkan keresahan, beberapa perusahaan pembiayaan sudah melakukan upaya antisipasi dengan melakukan semacam standarisasi penagihan. PT. Suzuki Finance Indonesia (SFI) misalnya bekerjasama dengan pihak kepolisian untuk melakukan semacam sertifikasi *debt collector*. Cara ini digunakan untuk mengatur *debt collector* yang akan mewakili SFI dalam proses *collection*-nya.

Sebagai bagian dari proses sertifikasi, SFI melakukan *training* terhadap *debt collector*. Materi dalam *training* tersebut meliputi UU Fidusia, isi KUHP, tips dan trik ketika bertemu pelanggan. Termasuk solusi dalam menghadapi keadaan di lapangan.

Hal serupa juga dilakukan oleh BCA Finance. Untuk mengantisipasi tindakan ilegal yang dilakukan *debt collector*-nya, BCA Finance menyeleksi lebih ketat Surat Izin Operasi (SOP) penunjukan *debt collector*.



Waspada! Fidusia Bawah Tangan

Minimnya pengetahuan konsumen seringkali dimanfaatkan oleh oknum perusahaan pembiayaan dan oknum *debt collector* dalam melakukan penagihan kepada konsumen. Ketidaktahuan konsumen memuluskan oknum perusahaan pembiayaan menjalankan praktik jaminan fidusia dengan akta di bawah tangan. Ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian konsumen agar tak terjebak dengan praktik fidusia dibawah tangan.

Ketika melakukan pembelian kendaraan secara kredit, maka konsumen harus melakukan kewajibannya membayar cicilan tepat waktu. Disiplin dalam membayar cicilan akan menghindarkan konsumen dari praktik nakal yang dilakukan oknum perusahaan pembiayaan dalam proses penyitaan kendaraan.

Sebelum menandatangani perjanjian kredit, ada baiknya konsumen harus memahami dulu perjanjian yang dibuat. Konsumen harus

lebih kritis dan teliti dalam membaca klausul baku, terutama mengenai hak dan kewajiban, jatuh tempo perjanjian kredit, dan sanksi hukum yang akan dihadapi apabila konsumen tak memenuhi kewajibannya (*wanprestasi*).

Pelajari kembali klausul perjanjian. Jika klausul tidak sesuai dengan ketentuan UU Perlindungan Konsumen dan UU Jaminan Fidusia, serta merugikan konsumen maka pelaku usaha harus diminta untuk menyesuaikannya dengan ketentuan tersebut. Namun, apabila konsumen sudah terlibat dalam masalah, dalam arti memiliki tunggakan cicilan dan berhadapan dengan *debt collector* maka konsumen dapat meminta saran atau mediasi kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Ini merupakan cara akhir yang dapat dilakukan sebagai upaya konsumen memperjuangkan haknya.



MENDORONG BANCASSURANCE YANG SEHAT

Kerjasama yang mengandung exclusive deal yang tidak transparan dinilai berpotensi menimbulkan monopoli persaingan usaha. Untuk mengatur persaingan yang lebih fair, OJK dan KPPU bekerjasama menyusun pengaturan kerjasama bank dan asuransi

Pada Pertengahan April 2013 lalu, digelar sidang terkait adanya dugaan pelanggaran bisnis asuransi di Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Pada sidang tersebut, ada tiga pihak yang menjadi terlapor, yakni, PT. Bank Rakyat Indonesia, PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera (BRIngin Life) dan PT. Heksa Eka Life Insurance (Heksa Life).

Sidang yang dipimpin oleh Ketua Majelis Sukarmi ini mengagendakan pembacaan laporan dugaan pelanggaran oleh Investigator dengan obyek perkara produk Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) BRI. Ketiganya diduga menolak dan atau menghalangi perusahaan asuransi jiwa lain untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar produk asuransi jiwa bagi debitur KPR BRI di seluruh wilayah Indonesia. KPPU menilai ada upaya penolakan dan atau menghalangi

perusahaan asuransi jiwa lain dengan cara menerapkan *terms and conditions* yang sulit untuk dipenuhi oleh calon rekanan BRI.

Kasus ini bukanlah yang pertama kalinya terjadi. Pada 2002 lalu, KPPU juga pernah mengendus adanya praktik serupa di dua bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yakni PT. Bank Negara Indonesia, Tbk (Persero) (BNI) dan PT. Bank Mandiri, Tbk (Persero) (Bank Mandiri). Saat itu, KPPU juga menduga adanya *exclusive dealing* atau perjanjian tertutup antara dua bank tersebut dengan perusahaan asuransi.

Sebagai lembaga pengawas industri keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga telah mencium adanya indikasi monopoli dalam kerjasama *bancassurance* yang dilakukan bank dengan asuransi. Menurut Deputy Komisioner Pengawas Industri Keuangan Non Bank (IKNB) II OJK Dumoli



F. Pardede, indikasi itu didapati terjadi di *bancassurance*.

"Indikasi *bancassurance* ke arah kartel terkuak dari adanya keluhan dari banyak pelaku industri asuransi di Indonesia. Sesuai kewenangan OJK di pasal 4 UU OJK, maka OJK

concerns akan hal ini. Indikasi dan pengaduan tersebut akan di *follow up* melalui pengawasan terintegrasi. Bisa dengan pemeriksaan gabungan antara pengawas perbankan dan IKNB," ujar Dumoli melalui pesan singkatnya.

Untuk menindaklanjuti informasi tersebut, OJK melakukan pemeriksaan kepada perusahaan yang terindikasi kartel dengan meminta dokumen kontrak untuk memeriksa klausul-klausulnya. "Kemarin dari sisi Bank Mandiri dan anak perusahaannya baru diminta presentasi. Kerjasamanya apa, produknya apa, konsolidasinya seperti apa," terang *Director of Marketing & Alternate Distribution* PT. AXA Mandiri Financial Services Handayani.

Saat ini, ada beberapa bank yang memiliki hubungan eksklusif dengan perusahaan asuransi. Hubungan eksklusif tersebut terjalin karena adanya keterkaitan kepemilikan. Hubungan yang terjadi antara induk usaha dengan anak usaha terjadi pada Bank Mandiri dengan AXA Mandiri dan Mandiri AXA General Insurance. Selain Bank Mandiri, ada BNI, BCA dan Bank Danamon yang memiliki anak usaha di bidang asuransi. Sementara hubungan yang terjadi antara sesama *sister company* terjadi salah satunya pada Bank CIMB Niaga dan CIMB Sunlife. Namun ada pula kerjasama eksklusif yang dilakukan satu bank dengan satu asuransi tertentu meski tidak memiliki keterkaitan seperti halnya Bank Danamon dengan Manulife Indonesia.

BRI yang saat ini tersandung kasus kartel

memiliki keterikatan sejarah dengan kedua asuransi konsorsiumnya di produk KPR ini. BRIingin Life dimiliki oleh Dana pensiun BRI. Sementara Heksa Life merupakan unit usaha Inkoppabri yang bekerjasama dengan BRI.

"Kami minta supaya *bancassurance* itu terbuka. Apakah mereka jadi *agent* dari satu penjualan produk suatu asuransi, atau mereka jadi *supervisory*. Mereka sebut sebagai *exclusive deal*, atau apakah yang penting kita ingin yang *fair*," papar Dumoli.

Sinergi yang terjalin antara induk usaha dan anak usaha sebenarnya lazim dilakukan. Karena pada ujungnya, anak-anak usaha ini akan diminta berkontribusi terhadap induk usahanya. Agar memenuhi target kontribusi yang diinginkan, induk usaha tentu akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang memang terafiliasi dengannya. Namun, strategi ini tidak lantas menyulut adanya monopoli, kartel atau persaingan tidak sehat sepanjang dilakukan dengan cara yang benar.

"Kalau kita melihat *exclusivity* bank dengan asuransi itu lebih secara filosofi. Melihatnya sesuai dengan *vision* dan *mission* perusahaan. Lainnya yang dipertimbangkan adalah reputasi, *solvency*, dan *sustainability* perusahaan rekanan," ujar Handayani.

Menurut Dumoli, umumnya, *exclusive dealing* dapat terjadi karena adanya permintaan *upfront fee* oleh bank sehingga asuransi menginginkan bentuk kerjasama

yang eksklusif. Namun, lanjutnya, dapat terjadi juga bahwa bank menawarkan *exclusive dealing* karena adanya permintaan *upfront fee* tersebut. Tapi, tidak semuanya bisa dipukul rata sedemikian rupa.

Selama ini, OJK sendiri sudah mengatur kerjasama *bancassurance*. Salah satunya adalah ada aturan bahwa dalam satu bank minimal ada tiga perusahaan asuransi. "Soal komisi atau *fee* itu diatur sesuai standar bagi sektor jasa keuangan. Kalaupun soal *fee* antara asuransi dengan *dealer*, tentu tidak diatur. Saya rasa itu tidak di ranah OJK, tapi sudah bisnis di lapangan," imbuh Dumoli, medio Juni lalu.

Menurut Direktur Asuransi Sinarmas, Dumasi M.M. Samosir, sejauh ini bank rata-rata sudah punya lebih dari satu kerjasama. Namun, Dumasi juga mengakui ada *deal* atau *fee* yang ditawarkan dalam kerjasama *bancassurance*. Misalnya, ada bank kerjasama dengan tiga perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi A memberi *fee* 20%, B memberi 10% dan C memberi 5%. Lalu bank pilih asuransi yang memberikan *fee* lebih besar.

Untuk menelisik lebih jauh mengenai model *exclusive dealing* yang terjadi dan mengantisipasi timbulnya monopoli persaingan usaha, saat ini OJK bersama dengan KPPU bekerjasama terkait pemberian batasan bisnis kerja sama dalam bentuk *bancassurance*. Kesepakatan tersebut nantinya merupakan kesepakatan antara





koridor yang ditetapkan OJK dengan koridor yang ditetapkan oleh KPPU. Harapannya, kerjasama antara bank dan asuransi dalam mengeluarkan produk *bancassurance* tidak mendorong munculnya produk-produk yang bersifat eksklusif. Ke depan, OJK akan mengatur aspek prudensial terkait pengawasan produk *bancassurance* dan melarang pemberian *upfront fee* oleh perusahaan asuransi kepada bank yang menjadi rekan bisnis *bancassurance*.

KPPU sendiri kini tengah memetakan permasalahan yang terkait dengan *bancassurance* dari sisi persaingan usaha agar tidak berpotensi buruk terhadap munculnya *exclusive dealing*. Yang menjadi fokus kajian KPPU adalah isu *exclusive dealing* yang diterapkan oleh bank dan perusahaan asuransi. Kendati demikian, berdasarkan data sementara, KPPU belum menemukan indikasi pelanggaran terkait *exclusive dealing bancassurance*.

Selanjutnya, untuk mendeteksi potensi aksi monopoli, KPPU akan melihat *market share* kerja sama *bancassurance* antara suatu perusahaan asuransi dengan perbankan. Jika ada yang tidak wajar, maka KPPU tidak akan segan-segan memeriksa bagaimana bisnis tersebut berjalan. Misalnya saja, jika kerjasama *bancassurance market share*-nya melebihi 70%.

Diskusi mengenai aturan kerjasama bank dan asuransi juga turut diwarnai oleh adanya wacana mengenai transparansi komisi, baik bagi agen maupun *bancassurance*. Menurut Christine Setyabudhi, wakil dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) yang juga adalah mantan Presiden Direktur Asuransi Cigna, wacana ini sebenarnya memberikan keuntungan bagi nasabah. Menurutnya, dengan transparansi ini masyarakat lebih tahu produk yang ditawarkan dan berapa komisi yang harus dibayarnya. Dan Christine meyakini bahwa transparansi komisi ini tidak akan mempengaruhi penurunan penjualan produk asuransi.

Berdasarkan data OJK, saat ini ada sebanyak 1.057 kerja sama *bancassurance*. Sebanyak 26 kerjasama merupakan kerjasama perusahaan asuransi jiwa dengan 40 bank dan sisanya merupakan kerjasama perusahaan asuransi umum dengan 67 bank.

Penerapan Manajemen Risiko

Menurut Surat Edaran BI Nomor 12/35/DPNP, guna menerapkan manajemen risiko maka pihak bank wajib:

1. Menuangkan dalam perjanjian kerjasama antara bank dengan perusahaan asuransi mengenai kejelasan hak dan tanggung jawab masing-masing pihak apabila perjanjian kerjasama berakhir atau apabila terjadi perselisihan dengan nasabah;
2. Meningkatkan penerapan prinsip-prinsip transparansi kepada nasabah baik secara lisan maupun tertulis;
3. Memisahkan secara jelas risiko yang terkait dengan produk Bank dan risiko dari produk asuransi sehingga risiko masing-masing pihak dapat diidentifikasi, diukur, dipantau, dan dikendalikan;
4. Khusus produk unit link:
 - Mencantumkan klausul khusus yang menyatakan bahwa perusahaan asuransi mitra Bank harus mencatat dan mengelola secara khusus kekayaan dan kewajiban perusahaan asuransi yang bersumber dari investasi produk unit link;
 - Menyatakan secara jelas bahwa pengelolaan dana investasi produk unit link dilakukan dan merupakan tanggung jawab perusahaan asuransi dalam dokumen yang memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai manfaat dan risiko produk unit link.

Bancassurance Partner dengan Status Single Partner (Telah diklarifikasi)

No	Bank	Asuransi	Produk
1	Citibank	AIA	Unitlink
2	HSBC	Allianz	Unitlink
3	Bank Ekonomi	Allianz	Unitlink
4	QNB Kesawan	AIA	Unitlink
5	BCA	AIA	Unitlink
6	Bank Mandiri	AXA Mandiri	Unitlink



MENYOROT PERSAINGAN USAHA BANCASSURANCE

Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) melihat dari sudut ada atau tidak terciptanya *the same level of playing field* pada isu *upfront fee*, maupun persyaratan *regional office*.

KPPU lebih menyorot bagaimana dampak dari lahirnya biaya-biaya tersebut. "Apakah ada diskriminasi, apakah aturan yang dibuat bank akan membatasi masuknya perusahaan lain. Artinya perusahaan-perusahaan asuransi ini harus memiliki kesempatan yang sama juga untuk masuk ke bank," kata Komisioner KPPU Chandra Setiawan.

Komisi ini telah memetakan kerjasama antara bank dan asuransi. Kerjasama yang paling banyak dilakukan oleh bank dan asuransi adalah *single partner*. KPPU juga telah melakukan klarifikasi perihal kerjasama tersebut. Di dalam klarifikasi tersebut terdapat temuan mengenai sisi negatif dan positifnya dari adanya *single partner*.

Sisi negatif dari kerjasama *single partner* tersebut meliputi (1) lahirnya diskriminatif, monopoli, *entry barrier*, pilihan terbatas bagi konsumen, menghambat inovasi, tidak kompetitif, melemahnya posisi tawar perusahaan asuransi terhadap bank, (2) terbatasnya pilihan harga dan pelayanan bagi konsumen, (3) produk yang dijual dan biaya yang timbul berpeluang tidak transparan, akses tertutup untuk perusahaan lain atau calon pemegang polis di luar nasabah bank yang bekerjasama, (4) melahirkan pasar oligopoli-monopoli, persaingan tidak sehat, kebebasan memilih penanggung, bertanggung menerima saja penentuan harga yang diberikan sebab tidak ada pilihan, (5)

menimbulkan kesulitan bagi konsumen untuk memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan adanya biaya transaksi yang tinggi.

Sisi positif pun juga tak bisa diabaikan dari adanya kerjasama ini. KPPU mendapati adanya dampak positif dari model kerjasama tersebut. Antara lain (1) mengurangi biaya distribusi, *one stop shopping* atas solusi finansial, akses luas terhadap produk dan jasa finansial, dan *need based selling*, (2) menjamin komitmen perusahaan asuransi, memudahkan komunikasi maupun proses klaim nasabah, *economic of scale*, analisis kebutuhan nasabah dapat dilakukan secara maksimal, meminimalkan biaya transaksi, (3) meminimalkan biaya transaksi dalam *review* produk dan kerjasama, kepraktisan pengurusan administrasi dan komunikasi serta fokus dalam penjualan produk, (4) meminimalkan biaya transaksi, (5) menghindari kebingungan nasabah dalam memilih produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya, (6) dapat menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan bank dan nasabah, (7) Ada banyak pilihan bagi konsumen, harga dan pelayanan yang kompetitif.

Tentunya dampak positif tidak akan menjadi persoalan bagi KPPU, namun lain halnya bila kerjasama tersebut justru melahirkan dampak-dampak yang negatif. Menurut Chandra, walaupun akan berurusan dengan KPPU pada saat kerjasama tersebut memberikan dampak-dampak negatif tersebut.

Model Bisnis Bancassurance Berdasarkan Surat Edaran BI Nomor 12/35/DPNP

Referensi:

1. Bank berperan hanya mereferensikan atau merekomendasikan suatu produk asuransi kepada nasabah;
2. Peran bank dalam melakukan pemasaran terbatas sebagai perantara dalam meneruskan informasi produk asuransi dari perusahaan asuransi mitra bank kepada nasabah atau menyediakan akses kepada perusahaan asuransi untuk menawarkan produk asuransi kepada nasabah;
3. Aktivitasnya dibedakan menjadi 2 yaitu referensi dalam rangka produk bank dan referensi tidak dalam rangka produk bank.

Kerjasama distribusi:

1. Bank berperan memasarkan produk asuransi dengan cara memberikan penjelasan mengenai produk asuransi tersebut secara langsung kepada nasabah;
2. Penjelasan dari bank dapat dilakukan melalui tatap muka dengan nasabah dan/atau dengan menggunakan sarana komunikasi (*telemarketing*), termasuk melalui surat, media elektronik, dan *website* bank;
3. Peran bank tidak hanya sebagai perantara dalam meneruskan informasi produk asuransi, tetapi bank juga memberikan penjelasan secara langsung yang terkait dengan produk asuransi.

Integrasi produk:

1. Bank berperan memasarkan produk asuransi kepada nasabah dengan cara melakukan modifikasi dan/atau menggabungkan produk asuransi dengan produk bank;
2. Bank menawarkan atau menjual *bundled product* kepada nasabah melalui tatap muka dan/atau dengan menggunakan sarana komunikasi (*telemarketing*), termasuk melalui surat, media elektronik, dan *website* bank;
3. Peran bank tidak hanya meneruskan dan memberikan penjelasan yang terkait dengan produk asuransi kepada nasabah, tetapi juga menindaklanjuti aplikasi nasabah atas *bundled product*.

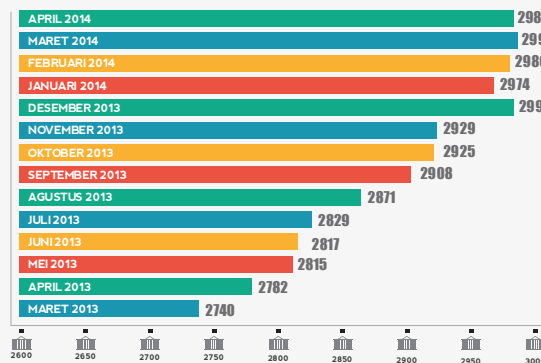
PERBANKAN SYARIAH LEBIH DARI SEKADAR BANK

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 6/24/PBI/2004 Pasal 2 Tentang Bank Umum yang melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah, bahwa Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

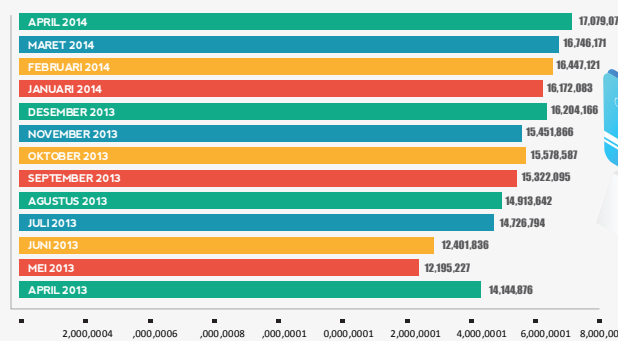
Sementara Unit Usaha Syariah (UUS) menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 10 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa UUS adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan, saat ini ada 11 BUS dan 23 UUS yang beroperasi dengan jumlah total hampir 3000 kantor di seluruh Indonesia.

Adapun jenis produk dan jasa perbankan syariah lebih beragam dan skema yang lebih bervariasi, fleksibel serta saling menguntungkan. Contoh produknya adalah Tabungan iB yang mencakup tabungan pendidikan, haji, perencanaan dan arisan. Kemudian juga ada Deposito iB dan jasa iB. Sedangkan untuk pembiayaan iB, bank syariah punya beragam produk diantaranya pembiayaan multijasa, pemilikan rumah, dana berputar, rekening koran, mikro dan kecil, sindikasi, modal kerja, sektor pertanian, dana talangan dan lain-lain.

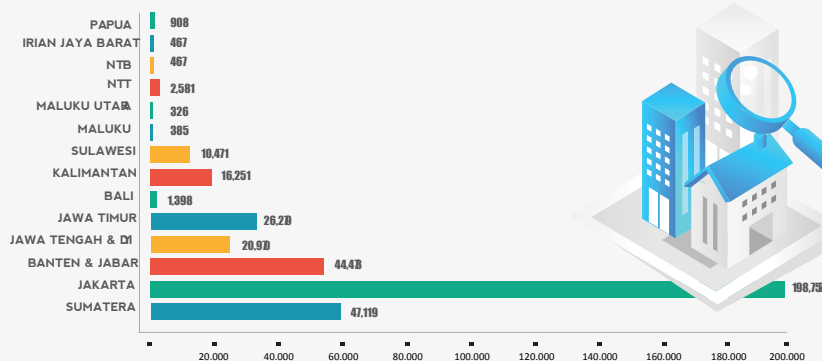
Pertumbuhan Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia



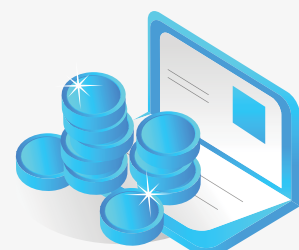
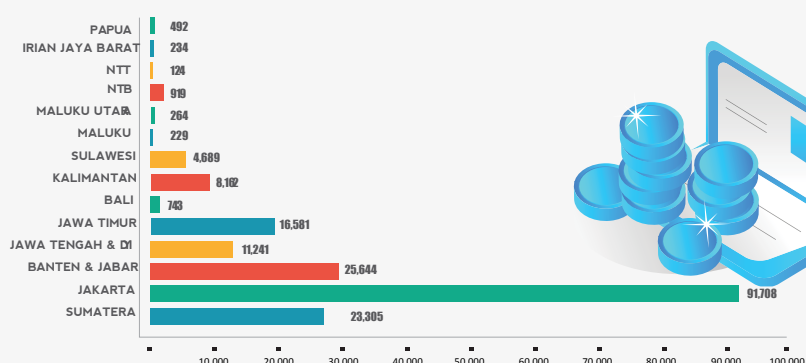
Pertumbuhan Jumlah Rekening BUS dan UUS



Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah (BUS dan UUS) Berdasarkan Provinsi (Rp Miliar)



Pertumbuhan DPK Perbankan Syariah (Rp Miliar)



Sumber: OJK



BETTER POLICIES FOR BETTER LIVES

Pertama kalinya OJK mengikuti INFE Forum. Strategi Literasi Keuangan di Indonesia dipaparkan di forum ini.



INTERNATIONAL NETWORK on FINANCIAL EDUCATION

OJK PAPARKAN PROGRAM LITERASI KEUANGAN DI FORUM INFE

Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan, Kusumaningtuti S. Soetiono, mewakili Indonesia menghadiri *International Network on Financial Education (INFE) Advisory Board Meeting* dan *INFE Technical Meeting* pada 20-21 Mei 2014 di Istanbul, Turki. Forum *Working Group* Internasional ini adalah forum lembaga pemerintah dari berbagai negara yang memiliki kepedulian di bidang edukasi keuangan. Adapun forum ini difasilitasi oleh OECD.

Pertemuan OECD/INFE *Advisory Board* ini adalah yang kali pertama diikuti oleh OJK. Pertemuan-pertemuan sebelumnya yang hadir dari Indonesia adalah Deputi Gubernur Bank Indonesia. Dalam pertemuan tersebut, OJK yang sudah menjadi anggota penuh dan berkesempatan memberikan pemaparannya kepada negara-negara anggota INFE.

"Jadi kita sudah mengeluarkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang jadi pedoman dalam melakukan program edukasi untuk meningkatkan indeks literasi dan utilitas yang basisnya itu adalah

base lined service. Nah ini kan ada *working group community* internasional itu, OJK sudah diundang untuk mempresentasikan progres yang terjadi di Indonesia tentang program literasi," kata Kusumaningtuti saat ditemui usai menghadiri acara Pertemuan *Contact Person* yang diselenggarakan OJK belum lama ini.

Dalam kesempatan tersebut, Kusumaningtuti memaparkan bahwa otoritas sudah mempunyai Strategi Nasional Literasi Keuangan Nasional yang diluncurkan Presiden November 2013 lalu. Kemudian program kerja yang dilakukan OJK dalam rangka mencapai pilar satu, pilar dua dan tiga Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. "Itu kita presentasikan dan itu diakses oleh negara-negara anggota lain untuk menyamakannya," tambahnya.

Dia menjelaskan bahwa INFE yang difasilitasi oleh OECD ini nantinya akan membuat *high level guideline* sebagai pedoman dan patokan bagi negara-negara anggota, termasuk Indonesia.

"Kita juga menggunakan patokan tersebut tapi ditambah dengan *local content*. Jadi kita jadi *member* dan juga presentasikan sehingga

negara lain tahu bahwa Indonesia juga memandang penting aspek literasi keuangan. Dan itu kita komunikasikan juga ke forum organisasi pasar modal sedunia, organisasi perlindungan konsumen perbankan sedunia dan sebagainya," tutur Kusumaningtuti.

Kemudian pada *Working Group* Internasional tersebut, negara-negara peserta juga menyepakati untuk menyusun *Core Competencies* di bidang literasi keuangan untuk pemuda (usia 15-18 tahun), serta pelaksanaan survei literasi keuangan secara bersama-sama dengan menggunakan OECD/INFE *toolkit*.

Survei direncanakan dilaksanakan pada awal 2015. Dalam rangka implementasi *National Strategies for Financial Education* di beberapa negara, peserta pertemuan merasa perlu menyusun *policy handbook* dalam rangka pelaksanaan strategi nasional literasi keuangan, dan menyusun *guidelines* bagi sektor privat dalam melaksanakan edukasi keuangan.

Guidelines bagi sektor privat menjadi sangat penting untuk memastikan



pelaksanaan edukasi oleh sektor privat telah dikoordinasikan, dimonitor, dan dievaluasi untuk mencegah terjadinya duplikasi kegiatan. Keterlibatan sektor privat, khususnya Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK), telah termuat dalam POJK No. 1/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan yang menyebutkan bahwa PUJK wajib menyelenggarakan edukasi keuangan dan melaporkannya kepada OJK.

Dalam pertemuan tersebut juga dibahas perlunya meningkatkan *financial empowerment* (mencakup program perlindungan konsumen keuangan, inklusi keuangan, dan literasi keuangan) bagi *vulnerable groups* dan program pemberdayaan bagi TKI serta keluarganya. Dengan segala keterbatasannya, program peningkatan *financial empowerment* bagi *vulnerable groups* memerlukan usaha tambahan dan kebijakan yang terintegrasi antara pelaksanaan edukasi keuangan, pembukaan akses keuangan, dan program perlindungan konsumen keuangan. Termasuk di dalamnya adalah program pemberdayaan bagi TKI dan keluarganya.

Penelitian World Bank pada 2010 menunjukkan TKI dan keluarganya memiliki

keterbatasan pengetahuan, keterbatasan akses keuangan, dan keterbatasan dalam merencanakan dan mengelola keuangan. Pembahasan terakhir adalah perlunya melakukan *Financial Education for Long-term Savings and Investments (LTSI)*. Pembahasan tentang LTSI menjadi fokus OECD/INFE karena “dunia” yang semakin menua dan keterbatasan kemampuan pemerintah dalam mencukupi kebutuhan penduduknya dalam menghadapi hari tua.



DINILAI MERESAHKAN, OJK LARANG PUJK TAWARKAN PRODUK LEWAT SARANA KOMUNIKASI PRIBADI

Untuk melindungi konsumen sektor keuangan, OJK terbitkan POJK, yang diantaranya mengatur mengenai pelarangan tentang penawaran produk lewat handphone

Tanggal 6 Agustus 2014, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai memberlakukan Peraturan OJK (POJK) Nomor 1/POJK.7/2013 tentang perlindungan konsumen sektor jasa keuangan.

Salah satu aturan yang menjadi sorotan akhir-akhir ini adalah pada Pasal 19 yang berbunyi Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada konsumen dan/atau masyarakat melalui sarana komunikasi pribadi

(SMS, Email, *Handphone*) tanpa persetujuan konsumen.

Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Hadad mengatakan pihaknya membuat aturan tersebut karena regulator melihat masih maraknya penawaran produk atau jasa keuangan melalui SMS (pesan singkat) atau telepon sudah mengarah pada kondisi yang meresahkan masyarakat.

Bahkan pada Juni lalu, OJK menerbitkan surat edaran kepada industri jasa keuangan akibat tingginya intensitas praktik penawaran produk lewat sarana komunikasi pribadi yang masuk *call center* OJK.

"Untuk itu, OJK melalui surat itu meminta kepada semua lembaga jasa keuangan, menghentikan sementara dan mengkaji ulang tata cara penawaran melalui SMS dan/atau telepon yang bekerjasama dengan pihak ketiga, sehingga penawaran harus dilakukan dengan terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari konsumen atau calon konsumen," tutur Muliaman.

Anggota Dewan Komisiner OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono mengatakan kalau ditelaah lagi cara penawaran tersebut justru nantinya akan merugikan PUJK sendiri. "Hal ini karena tanpa seizin konsumen dapat

menurunkan tingkat kepercayaan dan akhirnya menurunkan tingkat penggunaan produk dan layanan jasa keuangan," katanya.

Melalui aturan ini, lanjut Kusumaningtuti, pihaknya berharap PUJK dalam melakukan pemasaran yang jujur, bertanggung jawab dan memberikan kesempatan yang cukup kepada konsumen atau investor dalam mengambil keputusan.

Selain itu juga menggunakan mekanisme penawaran produk yang tidak mengganggu kenyamanan konsumen misalnya tidak menggunakan sarana komunikasi pribadi kecuali atas persetujuan konsumen.

Sementara itu, saat ini OJK telah menggandeng berbagai instansi yang terkait peraturan pelarangan penawaran produk via sarana komunikasi pribadi tanpa seijin konsumen. Salah satunya adalah penandatanganan nota kesepahaman antara OJK dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pertengahan Juni lalu di Jakarta.

Ada beberapa area yang masuk perjanjian kerjasama itu termasuk juga bagaimana membangun kesamaan pandang terutama dari kacamata perlindungan konsumen. Misalnya bagaimana nomor-nomor baru



itu bisa diyakini bahwa orang tidak mudah ganti nomor sehingga bisa ditelusur dan minta blokir. Jadi ada kerjasama teknis dan kerjasama jangka panjang seperti misalnya *capacity building*.

Lebih jauh Muliaman menambahkan setiap keluhan yang diterima OJK mengenai nomor yang sudah meresahkan masyarakat, regulator akan meneruskan informasi tersebut ke Kemenkominfo untuk ditindaklanjuti.

"Nanti kan konsumen mengeluhkan kalau saya ditelepon nomor ini, nah nomor ini nanti disampaikan ke OJK dan kita bisa bilang Pak Menteri kalau nomor tersebut sudah dikeluhkan banyak orang jadi bisa diblokir.

Kita tidak punya hak untuk blokir itu, kita hanya bisa menerima keluhan dari masyarakat," pungkas Muliaman usai penandatanganan kerjasama antara OJK dan Kemenkominfo di Jakarta.

Untuk mendukung aturan tersebut berjalan efektif, selain Kemenkominfo, OJK juga sudah bekerjasama dengan Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI).

"Selain Kemenkominfo, OJK juga telah bekerjasama dengan BRTI dan mendukung rencana mereka dalam pengaturan registrasi kartu perdana agar penanganan penawaran melalui SMS dan telepon dapat berjalan efektif," tutup Kusumaningtuti.

OJK melalui (POJK) Nomor 1/POJK.7/2013 meminta kepada semua lembaga jasa keuangan, menghentikan sementara dan mengkaji ulang tata cara penawaran melalui SMS dan/atau telepon yang bekerjasama dengan pihak ketiga, sehingga penawaran harus dilakukan dengan terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari konsumen atau calon konsumen.

Unit Link

ARMS, MELINDUNGI INVESTASI NASABAH

Generali Indonesia menciptakan inovasi baru pada produk unit link yang dipasarkannya. Adalah sistem ARMS yang mampu membantu nasabah memperoleh hasil investasi yang maksimal. Produk ini pun sukses mendongkrak premi Generali Indonesia.



Unit link menjadi produk primadona yang mendongkrak perolehan premi asuransi jiwa. Produk ini merupakan hasil inovasi industri asuransi yang cukup sukses dipasarkan di Indonesia. Bahkan, bisa dibilang, sepuluh besar penguasa premi asuransi jiwa mayoritas adalah mereka yang memasarkan *unit link*.

Tak ayal, banyak perusahaan asuransi yang mengekor kesuksesan para pemasar *unit link*. Hasilnya, kompetisi dalam menjual produk unit link semakin ketat. Tak ingin bersaing dalam produk yang sama, beberapa pemain membuat kreatifitas baru dalam produk *unit link*-nya. Hal itu pula yang dilakukan Generali Indonesia.

Generali Indonesia menciptakan sebuah sistem yang inovatif dalam produk *unit link* yang dipasarkannya. Perusahaan asuransi asal Italia ini merancang sebuah sistem bernama *Auto Risk Management System (ARMS)*. Apakah itu *ARMS*?

Penciptaan *ARMS* dilatarbelakangi oleh terjadinya fluktuasi di pasar modal. Seperti diketahui, produk *unit link* merupakan produk asuransi yang mengandung dua unsur, yakni proteksi dan investasi. Investasi dalam produk *unit link* dialokasikan ke dalam instrumen investasi reksadana.

Seringkali, dalam berinvestasi di pasar modal, investor dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Pergerakan naik turunnya harga pasar yang disebabkan oleh gejolak perekonomian menimbulkan pengaruh yang besar pada pergerakan harga di pasar modal. Selain itu, sentimen para investor juga mempengaruhi pergerakan harga di pasar modal.

Gejolak harga yang terjadi di pasar modal merupakan risiko yang mau tidak mau harus dihadapi para investor. Bila tidak ditangani dengan tepat dan cermat, investasi akan mengalami kerugian. Jika penurunan nilai investasi terjadi saat dana masih lama

dibutuhkan, maka masih terdapat banyak waktu untuk memulihkan nilai aset yang dimiliki. Namun, apabila krisis terjadi saat menjelang dana dibutuhkan, maka risiko akan sangat sulit untuk dikendalikan. Bila tidak dikelola dengan tepat, kerugian akan menjadi hasil akhir dari investasi yang dilakukan.

Dalam situasi tertentu, investor juga dihadapkan pada sebuah kondisi dimana ia harus mengambil keputusan yang tepat. Seringkali, investor cenderung untuk membeli saat harga di pasar modal tengah meningkat. Dalam hal ini, ketika harga tengah meningkat, sifat manusiawi mendorongnya untuk berinvestasi karena bayangan akan keuntungan yang dapat diperolehnya. Emosi pula yang menyebabkan investor justru keluar dari pasar dan menjual aset investasinya saat harga tengah menurun karena rasa takut bahwa harga akan terus merosot. Bahkan setelah keluar dari pasar, pengalaman akan kerugian ini menyebabkan investor merasa

takut untuk kembali berinvestasi dalam jangka waktu lama. Saat ia memutuskan untuk kembali berinvestasi, harga telah berada di tingkat yang lebih tinggi.

Ada pula suatu kondisi di mana ketika investor tengah mengalami peningkatan harga dari aset investasi yang dimilikinya, sifat yang tidak pernah puas menyebabkan ia menunda untuk segera merealisasikan keuntungan dengan menjual asetnya tersebut. Yang terjadi selanjutnya, harga justru sudah kembali turun dan ia terlambat untuk menikmati keuntungan dari investasinya. Jelaslah bahwa rasa takut dan tidak pernah puas seringkali menyebabkan investor membuat keputusan yang terburu-buru, atau sebaliknya, malah menunda keputusan.

Untuk itu, diperlukan suatu sistem yang dapat membantu investor dalam mengelola risiko tersebut. Sistem ini harus dapat selalu memantau pergerakan harga, berjalan secara otomatis, dan tidak terpengaruh oleh emosi manusia.

Sistem itulah yang dibawa Generali Indonesia dalam produk *unit link* yang ditawarkan bernama *investor Protection Linked Auto Navigation (iPLAN)*. *iPLAN* adalah produk asuransi *unit link* yang inovatif dengan pembayaran premi reguler yang tidak hanya memberikan proteksi jiwa, tetapi juga keuntungan investasi dengan risiko yang terukur dan terjaga.

iPLAN yang diluncurkan pada 2011 lalu memiliki sistem yang disebut dengan *ARMS* tadi. *ARMS* adalah alat pengaman dalam berinvestasi yang mampu mengoptimalkan hasil investasi. *ARMS* dilengkapi dengan *Auto Trading*, *Auto Balancing*, *Auto Re-Entry* dan *Bounce Back*. Fitur-fitur ini yang akan memonitor serta melindungi investasi nasabah sesuai dengan batas toleransi risiko nasabah. Lalu seperti apakah kerja fitur-fitur ini dalam melindungi investasi nasabah?

Auto Balancing merupakan fitur yang berfungsi untuk menjaga komposisi aset portofolio Investasi sesuai dengan profil risiko yang dimiliki investor, secara otomatis dan konsisten. Ini dilakukan melalui proses jual beli aset saat komposisi tipe aset dalam portofolio investasi tidak sesuai dengan komposisi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh investor. Dengan fitur ini, investor secara konsisten akan membeli aset tertentu saat harganya rendah dan menjual aset tertentu saat harganya tinggi sehingga imbal hasil investasi yang diperoleh juga akan meningkat. Atau, dengan kata lain prinsip *Buy Low-Sell High* terjadi secara konsisten.

Hal ini dilakukan dengan cara menjual aset yang kinerjanya lebih baik (*outperforming asset*) dan membeli aset yang kinerjanya lebih rendah (*underperforming asset*) secara bersamaan pada saat terjadi perubahan komposisi tipe aset yang tidak diinginkan. Dengan *Auto Balancing*, pergerakan harga masing-masing aset investasi akan dipantau setiap hari dan proses di atas akan dilakukan sesuai dengan batas toleransi yang diinginkan investor secara konsisten dan terus menerus.

Auto Trading merupakan fitur yang berfungsi untuk memantau dan menjaga kinerja portofolio investasi agar konsisten dengan tujuan investasi yang dimiliki investor secara otomatis. Dalam berinvestasi, setelah mencapai target pengembangan dana investasi, investor harus merealisasikan keuntungannya (*profit taking*). Sebaliknya, saat terjadi penurunan dana investasi melebihi batas yang dapat ditoleransi, investor harus segera keluar dari pasar untuk mencegah kerugian lebih jauh (*cut loss*). Dengan fitur ini proses realisasi keuntungan

Gejolak harga yang terjadi di pasar modal merupakan risiko yang mau tidak mau harus dihadapi para investor. Bila tidak ditangani dengan tepat dan cermat, investasi akan mengalami kerugian.

atau mencegah kerugian ini berjalan secara otomatis. Pengembangan Dalam perkembangan selanjutnya, sebagai alternatif dari *profit taking*, fitur *Auto Trading* memiliki fitur *profit climbing* yang digunakan untuk membantu investor agar tidak merealisasikan keuntungannya terlalu dini di saat pasar investasi masih dapat terus tumbuh.

Auto Re-entry adalah fitur di dalam *Auto Trading* yang berfungsi untuk menginvestasikan kembali seluruh hasil investasi yang telah direalisasikan dan atau diamankan secara otomatis dan sesuai dengan profil risiko dan tujuan investasi yang dimiliki investor. Setelah keluar dari pasar, baik karena realisasi keuntungan atau

menghindari kerugian lebih jauh, investor harus menentukan kapan ia akan kembali berinvestasi. Momen terbaik untuk masuk kembali adalah saat harga instrumen investasi (yang dimiliki investor sebelum keluar dari pasar) lebih murah. Hal ini dilakukan dengan mengawasi perkembangan harga di pasar setelah investor keluar dari pasar. Bila harganya turun lebih lanjut hingga mencapai titik yang telah ditetapkan, investor sebaiknya kembali berinvestasi seperti sediakala. Dengan *Auto Re-entry*, proses berinvestasi kembali ini berjalan secara otomatis.

Bounce Back merupakan fitur pada fasilitas investasi yang berfungsi untuk mengalokasikan kembali nilai Investasi yang telah direalisasikan dan atau diamankan secara otomatis melalui fitur *Auto Trading*, pada alokasi jenis dana investasi yang ditentukan oleh nasabah, dalam suatu periode dan parameter tertentu yang ditentukan oleh Generali Indonesia.

Fungsi fitur *Bounce Back* hampir sama dengan fitur *Auto Re-Entry*. Perbedaannya terletak pada parameter pengalokasian kembali nilai investasi, di mana *Auto Re-Entry* menggunakan parameter yang ditentukan oleh nasabah. Sementara *Bounce Back* menggunakan parameter tertentu yang ditentukan oleh Generali Indonesia dengan menggunakan sistem dan rekomendasi berdasarkan riset tim investasi profesional. Saat parameter ini menghasilkan sinyal yang menunjukkan bahwa harga pasar investasi telah memasuki tren peningkatan, maka dana investasi akan kembali dialokasikan sesuai dengan komposisi sebelum *Auto Trading* terpicu.

Direktur Utama Generali Indonesia, Edy Tuhirman mengatakan, metode *ARMS* yang dikembangkan pada produk unit link menjadi faktor pendongkrak pertumbuhan premi. Metode *ARMS*, tambah Edi, merupakan hasil kreativitas Generali Indonesia dan telah mendapatkan hak paten. Lewat *ARMS*, investasi nasabah akan dihentikan untuk sementara waktu ketika kondisi investasi sedang menurun. Dengan demikian, penurunan investasi di unit link tidak terlalu tajam.

Hingga Desember 2013, pertumbuhan premi unit link Generali Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Perolehan premi Generali Indonesia meningkat sebesar 101,83% secara *year on year*. Premi Generali Indonesia melonjak dari Rp644,41 miliar pada 2012 menjadi Rp1,30 triliun pada 2013.



IKHTIAR MENDORONG ASURANSI MIKRO

Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) telah mendefinisikan asuransi mikro, dengan menyepakati bahwa asuransi dengan premi maksimal sebesar Rp50.000, polisnya berbeda dengan polis asuransi pada umumnya, dan klaimnya lebih mudah karena tanpa harus melalui survei terlebih dahulu untuk mencairkan klaim.



JULIAN NOOR
Direktur Eksekutif
Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI)

Tingkat kesadaran masyarakat untuk berasuransi masih rendah di Indonesia. Apalagi untuk kelompok masyarakat menengah ke bawah. Adanya penyelenggaraan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) dapat menjadi momentum membangun tingkat *awareness* masyarakat terhadap asuransi.

Momentum itu pula yang dapat digunakan untuk mendorong asuransi mikro masuk ke kelompok masyarakat menengah ke bawah. Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) telah mendefinisikan asuransi mikro, di mana ada kesepakatan bahwa asuransi tersebut disepakati dengan premi maksimal sebesar Rp50.000, polisnya berbeda dengan polis asuransi pada umumnya, dan klaimnya lebih mudah karena tanpa harus melalui survei terlebih dahulu untuk mencairkan klaim. Itulah secara umum yang coba didefinisikan oleh AAUI.

Di samping definisi, AAUI juga sedang membuat empat produk asuransi mikro yang disepakati menjadi produk bersama. Artinya, AAUI yang akan membuat produk tersebut dan semua anggota AAUI dapat memasarkan produk tersebut. Keempat produk tersebut adalah asuransi kecelakaan diri (*personal accident/PE*) dan nantinya akan digabungkan dengan cara *bundling* produk. Adapun tiga produk lainnya adalah produk yang akan dibuat asosiasi dan dipasarkan semua anggotanya. Ketiga produk tersebut adalah asuransi kecelakaan diri, tapi sedikit berbeda dengan produk sebelumnya. Asuransi ini akan memiliki *covering* yang lebih tinggi. Lalu, asuransi rumah untuk masyarakat menengah ke bawah dan asuransi usaha kecil menengah (UKM). Produk-produk tersebut formatnya sudah mulai kelihatan.

Asuransi mikro sebenarnya memenuhi kelayakan bisnis. Asuransi itu pada dasarnya *spreading risk*, jadi kalau kita lihat produk ini berkesesuaian. Dalam artian penyebarannya

akan sangat bagus, sedikit-sedikit tapi banyak. Dan itu pula yang sebenarnya diinginkan oleh asuransi. Itu yang disebut hukum bilangan besar. Jadi dibandingkan dengan mereka masuk ke satu korporasi besar kemudian mereka memiliki risiko yang besar, katakanlah kalau terjadi satu klaim maka pengembaliannya akan sangat panjang.

Namun, untuk mencapai kesesuaian tersebut tidak dapat ditempuh dalam waktu yang instan. Masih membutuhkan *effort* yang besar dan memakan waktu panjang 10-20 tahun. Adapun dalam pengembangan tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan-perusahaan asuransi yang akan masuk ke pasar tersebut.

Tantangan pertama adalah *channel distribution*. Asuransi ini berpremi kecil maka perlu menggunakan *channel distribution* yang sangat efisien. Apabila tidak waspada terhadap hal ini, maka tidak tertutup kemungkinan premi akan termakan biaya *channel distribution*. Jadi *channel distribution* ini yang sedang dicari terobosannya oleh perusahaan. Mereka ada yang memakai kartu, atau menggandeng rekanan mikro. Berbeda dengan *channel distribution* untuk asuransi menengah ke atas. Dengan tingkat premi yang lebih besar masih mampu menahan biaya dari saluran distribusi. Permasalahan saluran distribusi sebenarnya bisa saja dilakukan dengan melibatkan lembaga keuangan mikro, perbankan pasar mikro maupun pegadaian sebagai rekanan distribusi. Namun, dorongan inisiatif ini harus dimulai dari OJK yang memiliki otoritas mengawasi pelaku-pelaku usaha tersebut. Contohnya, bank yang menawarkan kredit UKM dapat dioptimalkan outletnya dengan sekaligus menyediakan produk-produk mikro, termasuk diantaranya asuransi mikro.

Tantangan kedua, mengenai regulasi. Kalau berbicara produk asuransi mikro memang belum ada regulasi OJK yang mengatur tentang *micro insurance* ini. Oleh karena itu, saat berbicara lisensi untuk izin produk akan diperlakukan seperti produk biasa. Ini menjadi hambatan saat pengajuannya. Hal ini pula yang masih menjadi keengganan perusahaan asuransi masuk ke bisnis ini. Produk mikro harusnya

diperlukan berbeda dengan yang lainnya. Kalau perlakuannya sama dengan produk asuransi tradisional maka logikanya, perusahaan asuransi akan lebih memilih produk asuransi biasa, bukan asuransi mikro.

Tantangan ketiga, masih menyangkut *channel distribution*, di mana apabila menggunakan pihak ketiga untuk *channel distribution* maka pihak ketiga tersebut bisa dikatakan seperti agensi. Padahal agensi harus memperoleh sertifikasi. Padahal, proses tersebut adalah masuk sebagai komposisi biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan asuransi atau agen terkait.

Oleh karena itu, dalam melihat asuransi mikro tidak dapat dilihat sebagai bisnis yang langsung dapat dinikmati jangka pendek. Perusahaan asuransi harus memiliki cara pandang yang panjang. Kalau melihat jangka pendek ini tidak *feasible*. Ini harus dilihat dalam 10-15 tahun yang akan datang. Apa yang kita lihat di Vietnam, Thailand dan Filipina itu rintisan yang dilakukan dari puluhan tahun lalu. Kalau perusahaan berorientasi jangka pendek, ini tidak *feasible*. Jadi mereka harus berorientasi yang jangka panjang. Tentu perubahan paradigma ini dibutuhkan untuk perusahaan asuransi dan ini harus disikapi juga dengan baik.

Dalam hal ini OJK bisa saja melakukan "pemaksaan/pewajiban" perusahaan asuransi. *Policy* ini hampir serupa yang dilakukan kepada para *developer* perumahan. Para *developer* itu bisa melakukan pembangunan perumahan mewah, tapi juga harus membangun perumahan sedang atau menengah. Namun, ada pula yang harus diperhatikan lagi. Seperti ketersediaan infrastruktur dan *policy* untuk masuk ke segmen yang menengah ke bawah tidak dimiliki perusahaan. Ada perusahaan yang memang dari awal hanya bermain di kelas premium atau *giant* perusahaan. Kalau hal ini dipaksakan memang agak merepotkan mereka.

Oleh karena itu, OJK mungkin dapat memberikan semacam insentif kepada perusahaan yang mengembangkan *micro insurance*. Entah itu berbentuk insentif perpajakan, izin untuk produk *micro*, mempermudah lisensinya, *channel distribution* dan fleksibilitas proses klaimnya.

e-Commerce

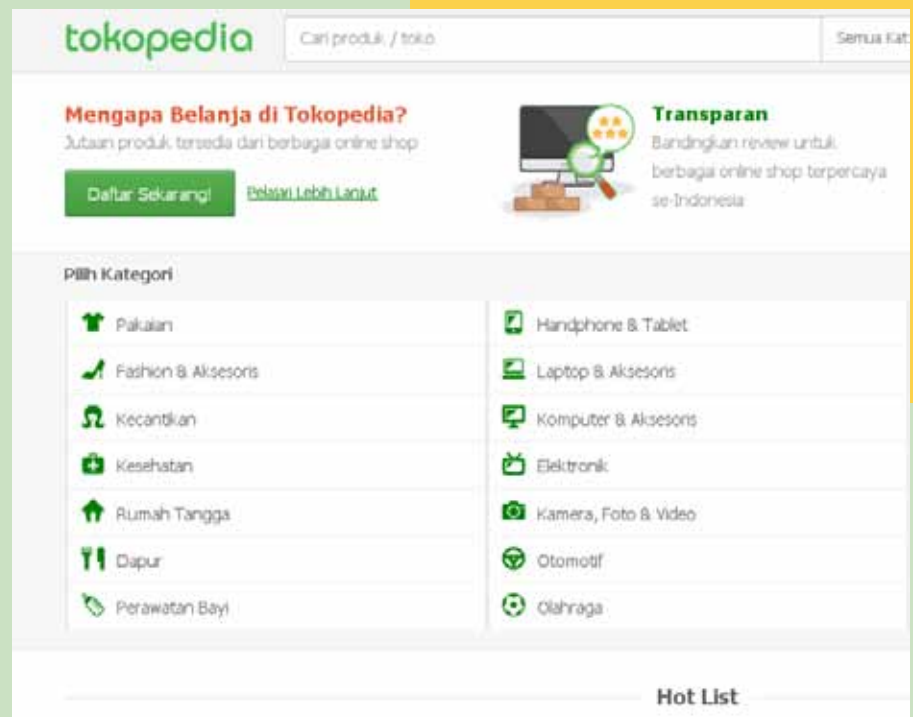
e-Commerce dan Generasi Melek SEKTOR KEUANGAN

Model pembayaran transfer menjadi favorit pembayaran para pembeli Tokopedia. Tokopedia mendorong model instant payment.

Tanggal 17 Agustus 2014 menjadi sejarah penting bagi Tokopedia. Pasalnya, tanggal tersebut menjadi penanda usia perusahaan e-commerce ini telah memasuki usia 5 tahun. Tokopedia telah lima tahun mewarnai bisnis e-commerce yang semakin digandrungi di Indonesia, seiring peningkatan jumlah *netter* di Indonesia.

Perusahaan-perusahaan e-commerce seperti Tokopedia ini menjadi salah satu yang memanfaatkan sekaligus memantik para penjual dan pembeli *online* untuk berhubungan dan mengerti produk/jasa sektor keuangan. Bagaimana tidak, transaksi di toko *online* ini mengharuskan penjual dan pembeli memanfaatkan medium sektor keuangan, khususnya perbankan.

Tokopedia.com merupakan mal *online* di Indonesia yang memberikan ruang bagi setiap individu dan pemilik usaha di Indonesia membuka dan mengelola toko *online* mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja *online* lebih aman dan nyaman. Tahun 2008, Tokopedia mulai berkibar. Leontinus Alpha Edison dan William Tanuwijaya mempelopori berdirinya Tokopedia. Berbekal semangat membara, kedua *co-founder* Tokopedia ini optimistis dapat menumbuhkan kembangkan bisnis e-commerce di Indonesia. *Startup* ini berhasil membuktikan eksistensinya. Bisnis e-commerce nya terus berkembang.



"Growth-nya lumayan. Kita konsisten tumbuh 15-20% (pembeli) selama sebulan," kata Leontinus Alpha Edison. Apalagi menjelang lebaran, Leon memastikan penjualan akan meningkat, meski pasca itu akan kembali turun dan bergerak stabil.

Penjual dan pembeli Tokopedia adalah kelompok masyarakat muda. Dalam survei yang dilakukannya, perusahaan menemukan

profil penjual dan pembeli di toko *online*-nya mayoritas anak-anak muda dan wanita.

Dalam riset yang dilakukannya pada kuartal pertama tahun 2014, jumlah barang yang terjual di Tokopedia telah mencapai sebanyak 5,3 juta barang. Dari seluruh jumlah pembeli di Tokopedia, pembelinya mayoritas berjenis kelamin wanita yakni sekitar 66,28% dan sisanya 33,72% adalah pembeli pria.





“Orang Indonesia itu sudah terbiasa transfer, jadi saat ini masih mendominasi dengan cara transfer. Kadang melalui ATM, internet banking, atau m-banking. Tapi kebanyakan transfer,”

Begitu pula dari sisi penjual, dari seluruh penjual sebanyak 55,75% adalah wanita dan penjual pria sebanyak 44,25%.

Lantas bagaimana dari segi usia? Dari segi usia pembeli perempuan di Tokopedia sebanyak 46,33% berumur 20-29 tahun. Pembeli perempuan yang berusia 30-39 tahun sebanyak 39,76% dan sebanyak 13,91% berasal dari usia lainnya.

Sejalan dengan profil pembelinya, produk-produk yang laris di toko *online* ini adalah kebutuhan-kebutuhan kaum Hawa. Antara lain produk-produk kecantikan, pakaian, fesyen & asesoris, dan gadget & asesoris.

Mendorong Sistem Pembayaran yang Efisien

Sebagai perusahaan *e-commerce*, pendekatan pembayaran berbasis elektronis menjadi andalan. Tokopedia menggandeng sejumlah bank untuk menjadi rekanannya. Inovasi-inovasi sistem pembayaran terus diadopsi. Tokopedia mengaku terus

mendorong para pembeli di toko *online*-nya untuk bertransaksi dengan efisien. Mereka mendorong para pembeli untuk menggunakan layanan-layanan bank yang semakin efisien.

Namun, Leon mengaku bukanlah perkara yang mudah untuk mengajak para pembeli menggunakan layanan bank (transaksi) yang semakin efisien. Menurutnya, mayoritas pembeli yang belanja di Tokopedia masih memilih cara transfer untuk melakukan pembayaran. Sekitar 80% masih membayar lewat transfer. Padahal berbagai cara pembayaran telah disediakan Tokopedia untuk para pembeli.

“Orang Indonesia itu sudah terbiasa transfer, jadi saat ini masih mendominasi dengan cara transfer. Kadang melalui ATM, *internet banking*, atau *m-banking*. Tapi kebanyakan transfer,” kata Leon. Sebagai alternatif pembayaran, Tokopedia sudah bekerjasama dengan BCA KlikPay, Mandiri *clickpay* dan Mandiri *e-cash*. Namun, pembayaran menggunakan layanan tersebut

hanya sekitar 20%.

Namun demikian, Tokopedia tetap mendorong pembayaran dengan *instant payment*. Menurut Leon, *instant payment* lebih nyaman. Ia berupaya dengan mengubah *interface* pada saat pembeli akan melakukan pembayaran dengan menawarkan pembayaran *instant payment*.

Untuk mendorong model pembayaran tersebut tidak dapat dilakukannya sendiri. Oleh karena itu, ia berharap pihak perbankan juga membantu untuk mendorong para nasabahnya agar membiasakan penggunaan model pembayaran tersebut. Sinergi antar kelembagaan untuk menjadikan masyarakat semakin dekat dengan lembaga keuangan dan terbiasa dengan layanan keuangan adalah kunci utamanya. Tanpa bahu membahu dalam edukasi kepada masyarakat, pekerjaan edukasi akan semakin berat. Semakin lengkap dengan dukungan otoritas yang mengawasi sektor keuangan.



Kartu Kredit

Memahami kartu kredit sebagai alat pembayaran akan memberikan manfaat yang besar. Oleh karena itu penggunaan yang tepat akan memberikan kemudahan. Bagaimana agar bijak menggunakannya?

MENGGESEK KARTU KREDIT DENGAN BIJAK

Ada yang tertarik untuk membuat kartu kredit atau menambah kartu kredit? Bukanlah hal yang susah. Hampir terlampau mudah untuk mendapati para penjaja kartu kredit di negeri ini. Hampir di setiap tempat perbelanjaan, bahkan perkantoran tak luput dari sasaran para penjaja kartu kredit. Perbankan sangat jeli membidik pasar konsumen ini. Oleh karena itu, tidak mengagetkan lagi bila pertumbuhan kartu kredit di Indonesia relatif pesat.

Pertumbuhan kartu kredit yang bertambah pesat dapat terlihat gamblang dari sejumlah gejala. Mulai dari jumlah kartu

yang beredar, jumlah hingga nilai transaksi yang kian menggemuk. Menurut data Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI), jumlah kartu kredit telah mencapai lebih dari 15 juta hingga April 2014. Selaras dengan penambahan jumlah kartu yang diterbitkan maka dapat dilihat jumlah transaksi dan nilainya turut bertambah. Jumlah transaksi mencapai lebih dari 79,5 juta transaksi dan nilainya mencapai Rp76,17 triliun hingga April 2014.

Pertumbuhan tersebut dapat dipandang dari dua sisi, sisi pertama menunjukkan sebagai kemajuan masyarakat yang semakin mempercayai sistem pembayaran

yang efisien dan relatif *secure*. Namun, sisi lainnya yang patut untuk menjadi perhatian adalah konsumsi yang berlebihan dengan menggunakan alat pembayaran kartu ini yang dapat berakibat membengkaknya tanggungan utang pengguna kartu ini. Oleh karena itu, sebelum memutuskan untuk memiliki kartu kredit, kita harus menimbang dengan matang agar penggunaan kartu ini selaras dengan peruntukannya.

Berbicara mengenai pengalaman penggunaan kartu kredit, banyak hal yang menarik maupun positif untuk dipetik dari pengalaman pengguna kartu kredit.

Pengusaha dan sekaligus Ketua Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Dyah Anita Priharsari atau yang akrab disapa Nita Yudi telah mempercayakan penggunaan kartu kredit kepada anaknya. Namun, bukan berarti kartu kredit akan menjerumuskan anaknya ke konsumsi yang berlebihan. Sebagai orang tua, Nita tetap seimbang memberikan kepercayaan sekaligus memberikan pengawasan penggunaan kartu kredit.

Kartu kredit yang diberikan kepada anaknya tersebut bukan untuk gaya-gayaan, tapi memang keadaan yang mengharuskan kartu kredit tambahan diberikan kepada sang anak yang berumur 17 tahunan. Pertimbangan matang melatarbelakangi keputusan Nita untuk memberikan kartu kredit kepada anaknya.

“Banyak sekali kebutuhan sekolah yang mereka harus beli. Tanpa harus menunggu saya, karena kesibukan saya, mereka bisa membeli sendiri. Adanya kartu kredit, mereka bisa membeli sendiri,” kata Nita belum lama ini.

Ia memberikan pemahaman kepada anak dalam menggunakan “kartu sakti” tersebut. “Kita wanti wanti, misalnya dalam 1 bulan, mereka maksimal hanya boleh memakai kartu kredit Rp1 juta. Bapaknya juga turut menerangkan kalau kita memakai banyak dan kita tidak bayar, itu akan bunga berbunga,” cerita Nita. Artinya tidak hanya kontrol penggunaan dari orang tua saja, tapi memberikan edukasi akan menjadi bekal bagi mereka di masa depan dalam menggunakan kartu kredit.

Manfaat yang positif juga dirasakan oleh Arinda Oktavyasti, pegawai perusahaan asuransi, dalam menggunakan kartu kredit dengan bijak. Perempuan yang berumur 27 tahun ini telah mengenal kartu kredit sejak kelas 2 SMU (Sekolah Menengah Umum). Perkenalannya dengan kartu kredit di mana saat dirinya mendapat kartu kredit tambahan yang diberikan oleh ibunya.

“Saya selalu ingat pesan ibu, pakai ini untuk urusan *urgent*,” tuturnya meniru ucapan ibunya kala itu. Hal itu pula yang akhirnya menjadi pegangan hingga saat ini dalam menggunakan kartu kredit.

Ia menggunakan kartu kredit biasanya untuk membeli tiket, belanja *online*, hingga cari diskon. Namun, bukan berarti kebablasan saat menggunakan kartu ini. Ia memiliki tips tersendiri agar pengeluaran kartu kredit tidak melebihi batas kemampuannya. Ia menyediakan bujet bulanan untuk

shopping dan *credit card expenditure* masuk di dalamnya. Bahkan tak segan-segan ia mematok Total tagihan maksimal Rp2 juta. Di mana sebenarnya nilai tersebut adalah bujet *shopping* bulanan.

Hampir senada yang dilakukan oleh Setiyana Ahmad, pegawai bank swasta yang berdomisili di Bandung, dalam memanfaatkan kartu kredit. Dan ia pun merasakan manfaat yang relatif besar sepanjang penggunaannya sekitar 2 tahun terakhir. Pria kelahiran 30 tahun lalu ini kebanyakan menggunakan kartu kredit untuk pembayaran hotel, dan kadangkala untuk belanja *online* di eBay.

Tak hanya itu, saat ke luar negeri atau pun saat mesin ATM bermasalah, kartu ini dapat menjadi solusi masalah transaksi. “Kartu kredit ternyata membantu kalau ATM lagi ada masalah itu bisa jadi alternatif. Manfaat lainnya adalah transaksi di luar negeri bisa lancar,” katanya.

Dalam mengontrol penggunaan kartu kredit, Setiyana memiliki alat kendali sendiri.

Ia memiliki prinsip membatasi penggunaan tidak lebih dari 30% dari nilai plafon kartu kredit.

Tak kalah penting memahami prinsip dasar kartu kredit. Sebagaimana dikatakan Arinda bahwa kartu kredit itu bukan tambahan uang. Menurutnya, uang itu sebenarnya bagian dari uang yang sekarang kita punya. “Jangan gesek kalau tidak punya duit. Yang namanya kredit itu harus tetap bayar,” tandasnya.

Kartu kredit akan memberikan manfaat yang optimal apabila digunakan sesuai kegunaannya. Sepanjang penggunaan tersebut dipahami sebagai alat pembayaran maka bukan beban utang yang akan terasa berat dari tagihan yang dilansir tiap bulannya. Oleh karena itu, bijaklah menggesek kartu kredit!

.....

“Banyak sekali kebutuhan sekolah yang mereka harus dibeli. Tanpa harus menunggu saya, karena kesibukan saya, mereka bisa membeli sendiri. Adanya kartu kredit, mereka bisa membeli sendiri,”





01 Membuat Anggaran Tak Perlu Pusing

How to Budget Your Money in 5 Easy Steps!

Membuat perencanaan anggaran seringkali dipandang pekerjaan yang sangat sulit. Buku ini mematahkan pandangan tersebut. Buku ini justru memberikan cara pandang bahwa pembuatan anggaran tidak lagi menjadi masalah. Dalam buku ini, memberikan pelajaran penting bagaimana menganggarkan uang Anda dalam 5 langkah yang cepat dan sederhana! Buku ini juga akan memandu pengaplikasian cara-cara membuat anggaran Anda dengan langkah-langkah yang sederhana dan lurus ke depan. Selain itu, sejumlah pandangan

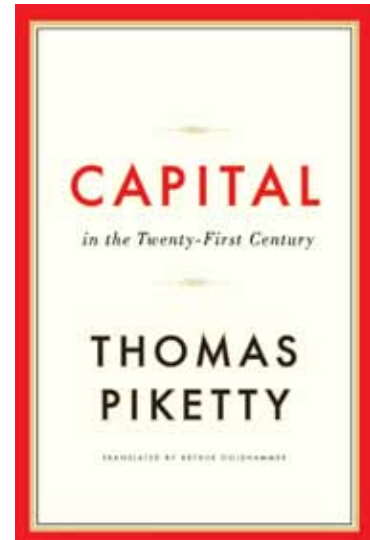
mengenai langkah penganggaran yang tepat dan metode yang kita gunakan dalam keluarga kita sendiri saat menyimpan uang dan membayar utang. Penganggaran adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan kita. Memiliki anggaran adalah salah satu cara terbaik untuk menghemat uang, dan mengelola uang dengan cerdas dan cermat. Tak kalah penting kita dapat mengetahui secara pasti kemana saja uang kita mengalir.

Thomas Piketty: Capital In Twenty-First Century

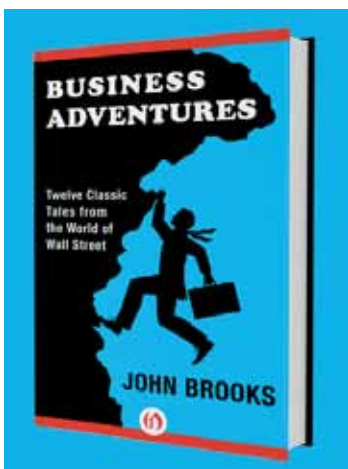
02

Dalam buku berjudul *Capital in Twenty-First Century* Thomas Piketty menganalisa sekumpulan data unik dari dua puluh negara, dimulai dari sejak lama ke belakang yaitu abad ke delapan belas, untuk mengungkap kunci dari ekonomi dan pola-pola sosial. Temuannya tersebut akan mengubah perdebatan dan menentukan agenda untuk generasi berikutnya tentang pemikiran akan kekayaan dan kesenjangan. Piketty menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi moderen dan difusi pengetahuan telah memungkinkan kita untuk menghindari kesenjangan pada skala apokaliptik yang diprediksi oleh Karl Marx. Tapi kita belum mengubah struktur utama dalam modal dan kesenjangan yang sejauh kita pikir dalam

dekade-dekade optimistis setelah Perang Dunia II. Pendorong utama dari kesenjangan adalah kecenderungan pengembalian modal melebihi tingkat pertumbuhan ekonomi yang hari ini mengancam untuk timbulnya kesenjangan ekstrem yang membangkitkan ketidakpuasan dan merusak nilai-nilai demokrasi. Tapi tren ekonomi bukanlah tindakan Tuhan. Aksi politik telah menahan kesenjangan berbahaya di masa lalu, jelas Piketty, dan hal ini bisa terjadi lagi. Karya ini buah dari ambisi yang luar biasa, orisinalitas, dan ketelitian, *Capital in Twenty-First Century* mengorientasikan kembali pemahaman kita tentang sejarah ekonomi dan menghadapkan kita pada pelajaran penting yang terjadi hari ini.



03 John Brooks: Business Adventures



Kontributor untuk *The New Yorker* John Brooks membawa ke kehidupan cerita klasik dan abadi yang hidup dalam perusahaan dan keuangan di Amerika. Apa yang menjadi persamaan antara bencana dari perusahaan motor Ford sebesar US\$350.000.000 yang dikenal dengan Edsel, cepat dan luar biasa munculnya Xerox, dan skandal luar biasa di GE dan Teluk Sulphur Texas? Masing-masing dari kejadian tersebut merupakan contoh bagaimana sebuah ikon perusahaan ditentukan oleh momentum tertentu dari sebuah ketenaran. Momentum penting dan menarik ini menjadi

relevan untuk mengerti intrik-intrik dari perusahaan saat hal itu terjadi. Cerita tentang Wall Street yang diresapi dengan drama dan petualangan dan mengungkapkan intrik dan sifat volatilitas dunia keuangan. Reportase mendalam John Brooks begitu penuh dengan kepribadian dan detail, baik saat dia melihat jatuhnya pasar dengan luar biasa pada tahun 1962, runtuhnya sebuah perusahaan pialang terkenal, atau upaya berani oleh para bankir Amerika untuk menyelamatkan mata uang Inggris.

Mengelola Bank Komersial

04

Pimpinan kantor cabang bank harus memahami rencana, operasional, dan mengevaluasi kinerja bisnis. Untuk memenuhi hal itu, Ikatan Bankir Indonesia menerbitkan buku mengelola bank komersial. Buku ini sekaligus sebagai pegangan wajib para calon pimpinan bank. Ikatan Bankir Indonesia (IBI) memahami oportunitas pasar ke depan dengan cermat. Untuk menyasati hal itu, IBI merasa perlu mengajak dilakukannya pembenahan di internal bank. Perbaikan yang harus dipersiapkan paling utama adalah membangun sumber daya manusia atau para bankir. Buku "Mengelola Bank Komersial" menjadi langkah IBI untuk mengajak para bankir mempersiapkan

pengetahuan yang diperlukan. Sekilas konten yang terkandung dalam buku ini seperti rangkuman berbagai teori manajemen perbankan. Namun, inilah cara mudah untuk melakukan *remaining* pengetahuan mengenai perbankan. Misalnya, seorang kepala cabang harus memiliki kumpulan data atas pencapaian *fee base income* maupun keuntungan dari selisih kurs secara periodik, seperti mingguan, bulanan, triwulanan, semesteran, dan tahunan sesuai dengan target masing-masing segmentasi nasabah yang telah ditetapkan. Buku ini juga sekaligus menjadi modul sertifikasi tingkat II *general banking*. Artinya, menjadi pegangan wajib bagi para bankir yang akan menjadi pemimpin pada kemudian hari. Buku ini juga mudah untuk dipelajari karena disajikan dengan penyederhanaan teori dalam berbagai contoh kasus.



05 Mengelola Bank Komersial dengan GCG



Ada banyak gaya memimpin perusahaan, tapi yang paling terkini dan terandakan adalah memimpin dengan nilai-nilai *good corporate governance* (GCG). Mas Achmad Daniri, praktisi, dosen dan juga pakar GCG yang berhasil merangkai rumusan kepemimpinan berasaskan GCG. Daniri sengaja mengemas nilai-nilai GCG dan bagaimana menerapkan, mengevaluasi, dan melakukan asesmen terhadap pelaksanaan GCG di perusahaan-perusahaan, dalam sebuah buku yang elegan. mulai dari Pengertian dan Konsep Dasar GCG, Reformasi GCG di Indonesia, Penilaian Penerapan GCG di Indonesia, serta memotret Strategi Implementasi GCG di Indonesia. Tak

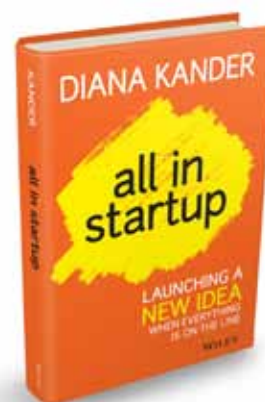
kalah pentingnya, dalam bagian selanjutnya Daniri menekankan pentingnya Membangun Komitmen, Membangun Sistem, Membangun Budaya, dan Mencermati Kondisi GCG Masa Kini untuk Melangkah ke Depan. Daniri juga menguraikan pentingnya perimbangan posisi pemilik saham, komisaris dan direksi perusahaan. Tujuannya agar terjadi demokrasi dalam pengambilan keputusan. Lebih dari itu, dalam operasional sebuah perusahaan harus setidaknya harus memiliki 5 prinsip dasar, yakni *transparency, accountability, responsibility, in dependency, dan fairness*, yang lebih populer disingkat dengan TARIF.

All In Start Up

06

All in Startup lebih dari sekadar sebuah novel tentang menghindari godaan dan berjuang untuk menyelamatkan perusahaan. Sorotan kelangsungan hidup bagi pengusaha yang berpikir tentang peluncuran sebuah ide baru atau bagi mereka yang sudah mulai namun tidak bisa meningkatkan diri dari apa yang mereka harapkan. Pengusaha yang meraih sukses dalam ekonomi baru melakukannya dengan menggunakan "metode ilmiah" baru dalam inovasi. All in Startup menunjukkan empat prinsip apa yang memisahkan antara pengusaha sukses dari

wanna-preneurs yang hanya memantul dari ide ke ide lainnya, namun tidak mampu menghasilkan pendapatan yang nyata. Anda mungkin akan mendapatkan satu kesempatan dalam hidup Anda untuk melakukan "All in" dalam ide: untuk keluar dari pekerjaan Anda, berbicara pada pasangan Anda untuk membiarkan Anda mengurus rekening tabungan, dan mengikuti impian Anda. All in Startup akan mempersiapkan Anda untuk itu "All in" dan memastikan bahwa Anda mendorong *chip* Anda ke tengah jika rintangan datang. Buku ini memegang kunci-kunci untuk secara signifikan mempertaruhkan ide Anda sehingga kesuksesan Anda terlihat seperti keberuntungan.



GIN LIFE

JIWA DAN KESEHATAN



TIPS MEMILIH INVESTASI YANG TEPAT SESUAI PROFIL RISIKO



Siapapun orangnya pasti sangat menginginkan kehidupan yang terjamin dan sejahtera hingga hari tua. Tetapi untuk mencapai hal tersebut tentunya dibutuhkan perencanaan yang matang bukan? Sementara tingkat penghasilan tinggi yang dimiliki seseorang tidak menjamin dia menjadi kaya dan terjamin kebutuhan hidupnya apabila ia tidak bisa menggunakan uang tersebut dengan baik.

Hal ini dapat dimulai dengan bagaimana peran uang dalam kehidupan kita, bagaimana sejarah kita mendapatkan uang tersebut dan kemudian membentuk kembali prinsip-prinsip kita dalam menggunakan uang ke depannya.

Oleh sebab itu kemampuan mengelola/ merencanakan keuangan menjadi hal mutlak yang harus kita miliki bila ingin hari tua kita terjamin. Bagaimana caranya? Menyisihkan penghasilan beberapa persen untuk digunakan sebagai investasi merupakan cara yang bijak dalam mengelola keuangan. Pasalnya melalui investasi, kelak kondisi finansial kita akan tetap terjaga sehingga bisa memenuhi kebutuhan hidup masa tua kita yang notabene sudah tidak memiliki penghasilan lagi.

Memperbaiki kondisi finansial bisa dimulai dengan menabung, lalu melanjutkan dengan memilih investasi yang tepat. Jadi, pastikan Anda memiliki tabungan untuk mengoptimalkan investasi. Tetapi yang perlu diingat adalah bahwa setiap produk

investasi selalu memiliki risiko. Jadi sebelum berinvestasi ada baiknya mempelajari dulu jenis, produk dan risikonya.

Keunikan investasi yang jarang sekali orang ingin ketahui adalah semakin besar imbal hasil yang diharapkan maka akan semakin besar pula risiko yang dihadapi. Kebanyakan orang mengharapakan imbal hasil yang besar tanpa ingin menghadapi risiko yang besar juga, ini peluang untuk investasi bodong yang ingin mengambil keuntungan sepihak saja. Tentunya Anda tidak ingin termakan investasi bodong bukan?

Kemudian selain mempelajari jenis, produk dan risikonya, ada baiknya tentukan dengan jelas dan spesifik tujuan investasi itu sendiri. Tujuan investasi yang jelas dan spesifik akan menjadi sangat penting untuk kesuksesan kita mencapai tujuan keuangan. Dengan memilih investasi yang tepat, Anda secara sengaja sudah melakukan perencanaan terhadap hidup Anda. Sebagai referensi berikut adalah jenis investasi menurut risikonya.

1. JENIS INVESTASI UNTUK SI KONSERVATIF

Konservatif merupakan jenis investasi dengan risiko yang kecil. Investor yang bermain dalam level ini biasanya lebih memilih mendapatkan keuntungan dalam skala kecil namun aman daripada mencari keuntungan yang besar namun penuh dengan risiko.

Bagi Anda yang merasa masih pemula,

maka akan sangat pas untuk memilih investasi seperti ini. Tujuan utama dari jenis penginvestasian ini adalah mencari keuntungan secara berkesinambungan dengan menghindari risiko sekecil apapun.

Dengan memiliki modal awal minim dapat memilih investasi yang berkategori berjangka pendek. Pilihan produk investasi ini seperti ini adalah deposito berjangka. Dan yang perlu diingat adalah keuntungan (bunga) yang didapat kecil, maka tidak cocok untuk jangka panjang.

2. JENIS INVESTASI UNTUK SI MODERAT

Moderat merupakan jenis investasi risiko menengah. Tujuan moderat investor adalah mencari keseimbangan nilai penginvestasian mereka dengan menekankan porsi yang seimbang antara risiko dengan keuntungan yang bisa dihasilkan.

Pilihan produk investasi menengah yang bisa diambil adalah obligasi yang diterbitkan oleh swasta ataupun oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN), selain itu ada juga reksa dana. Yang perlu ditekankan saat memilih investasi ini, perhatikan nilai portfolio investasi Anda. Jangan berkembang terlalu lambat.

3. JENIS INVESTASI UNTUK SI AGRESIF

Pada jenis investasi risiko tinggi ini, cocok untuk Anda yang agresif dan *risk taker*. Agresif dalam artian berani dan siap mengambil risiko sebesar apapun. Asalkan mereka dapat memaksimalkan keuntungan yang ingin didapatkan.

Tujuan agresif investor adalah motto *high risk high return*. Dengan sudah menanamkan pola pikir kalau nantinya mengalami kerugian (loss), maka itu adalah bagian dari permainan. Produk investasi yang dapat dipilih seperti: properti, bursa saham, valas, investasi emas, *trading oil* atau indeks. Jika jiwa Anda *risk taker*, tetap fokus dan jangan gegabah dalam setiap keputusannya.

Dengan mengetahui risiko investasi, Anda dapat berhati-hati dalam memilih. Dan juga lihat produk investasi mana yang cocok untuk kebutuhan Anda di kemudian hari. Selain tentu saja terdapat sejumlah faktor yang menentukan sebaiknya Anda berinvestasi di produk apa. Portfolio investasi menjadi faktor pertimbangan lain dalam memilih investasi yang tepat.



Bank Syariah Perbankan Syariah di Mata Publik

Dalam beberapa tahun terakhir, industri keuangan syariah telah berkembang cukup pesat tak terkecuali perbankan syariah. Tak heran pada tahun ini fokus perbankan syariah/ keuangan syariah menjadi prioritas utama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam salah satu program kerjanya.

OJK menyatakan bahwa pertumbuhan rata-rata aset perbankan syariah (Bank Umum Syariah/BUS, Unit Usaha Syariah/UUS dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah/BPRS) telah mencapai rata-rata 37,4% dalam 5 tahun terakhir. Dengan total aset sekitar Rp239,98 triliun pada kuartal I 2014. Industri perbankan syariah memiliki hampir 13

juta rekening simpanan, dan kurang lebih didukung dengan 3000 jaringan kantor di seluruh Indonesia. Meskipun demikian pertumbuhan perbankan syariah masih jauh tertinggal dibandingkan perkembangan perbankan konvensional. Jumlah aset perbankan syariah masih 4,9% dari keseluruhan total aset bank di Indonesia.

Lalu kenapa industri perbankan syariah belum bisa menyaingi pertumbuhan perbankan konvensional? Mengapa masih banyak masyarakat lebih akrab dengan bank konvensional dan enggan beralih ke bank syariah? Berikut adalah beberapa tanggapan masyarakat yang diambil dari berbagai bidang profesi mengenai perbankan syariah.

Pertumbuhan rata-rata aset perbankan syariah (Bank Umum Syariah/BUS, Unit Usaha Syariah/UUS dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah/BPRS) telah mencapai rata-rata 37,4% dalam 5 tahun terakhir



Aviliani
Pengamat Ekonomi/
Komisaris Independen
Bank Mandiri



Dewi Maulinda
Guru Ekonomi SMA
Darma Pertiwi, Jambi



APP Sitorus
Guru Ekonomi SMAN 3,
Jambi

Setiap orang selalu punya pilihan, misalnya saya ingin menabung di bank konvensional dan bank syariah. Bila saya pilih di bank syariah itu pendapatannya tidak pernah tetap tapi kalau di bank konvensional saya dapat tetap. Artinya saya dapat seberapa besar setiap bulannya. Nah kebanyakan orang Indonesia juga suka konvensional karena *safe* (pendapatan jelas).

Memang potensi ekspansi bank syariah menurut saya cukup tinggi tapi konvensional masih jauh lebih tinggi. Menurut saya, bila bank syariah ingin berkembang mungkin jangan diajarkan bank syariahnya dulu tapi ekonomi syariahnya (konsep bagi hasil). Jadi bank syariah itu akan berkembang dari sisi pendanaannya kalau ekonomi syariahnya juga jalan. Sayangnya, meski negara kita mayoritas muslim dalam perilaku bisnisnya (konsep ekonomi syariah) tidak begitu karena peraturan-peraturan di sini belum bagus. Tapi untuk di ekonomi syariah belum ada, misalnya jual saham di pasar modal, sahamnya syariah tapi apakah perusahaan itu syariah? Belum tentu kan.

Kalau saya pribadi punya rekening bank. Alhamdulillah saya punya lima rekening. Dulu, dari kelima rekening itu ada bank syariahnya, tapi sekarang sudah tidak lagi. Alasannya, pertama kita belum begitu paham dan kita baru mengerti tentang bank syariah melalui *Training of Trainers* dari OJK ini (2/7). Saat ini, saya hanya menjadi nasabah bank-bank pemerintah saja, seperti BRI, BNI, dan Bank Mandiri.

Perbankan syariah itu sebenarnya sangat bagus karena tidak harus muslim untuk bisa memanfaatkan dan menabung di bank syariah. Saya non muslim pernah menjadi nasabah dan juga meminjam uang di sana. Tapi sekarang sudah tidak menjadi nasabah karena pertimbangan lokasi. Kita memilih perbankan yang lebih dekat lingkungan kerja dan rumah kita. Pasalnya, dahulu Bank Muamalat agak jauh dari lokasi. Namun, layak menjadi pertimbangan lagi karena sekarang sudah ada BRI Syariah dan sebagainya.

“ Bila bank syariah ingin berkembang mungkin jangan diajarkan bank syariahnya dulu tapi ekonomi syariahnya (konsep bagi hasil) ”

GALERI



Jakarta 9 Juni 2014, Direktur Pelayanan Konsumen OJK, Sondang Martha Samsosir (kiri), Anggota Dewan komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono dan Deputi Komisioner IKNB II OJK, Dumoli F. Pardede menjadi pembicara dalam acara pertemuan *contact person*. Pertemuan dengan para PIC (*person in charge*) pengaduan konsumen di lembaga jasa keuangan (LJK) ini, dilaksanakan untuk membahas mekanisme penanganan pengaduan konsumen yang efektif agar pengaduan tersebut dapat diselesaikan secara lebih cepat dan tepat



Tokyo 18 Mei 2014, Pemimpin Divisi Internasional BNI, Firman Widodo, Kepala Bidang Protokoler dan Konsuler KBRI Tokyo, Idhi Maryono, Deputi Direktur Edukasi Direktorat Literasi dan Edukasi OJK, Lasmaida S. Gultom dan CEO Keihan Ltd (Anggota Diaspora Tokyo, Mahmudi Fukumoto (tengah), berfoto bersama para peserta seminar Edukasi Keuangan dan Kewirausahaan di Tokyo, Jepang, 18 Mei 2014.

Aceh



Banda Aceh 4 Juni 2014, Analis Eksekutif (Setingkat Direktur) Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Prabowo, sedang memberikan pemaparan tentang OJK kepada para peserta seminar Edukasi & Diskusi Produk Jasa Keuangan yang berlangsung di Banda Aceh. Dalam seminar tersebut OJK juga menggendeng beberapa lembaga keuangan seperti Bank Aceh Syariah, Pegadaian Syariah, Prudential dan Panin Asset Management.

Pangkal Pinang



Jakarta



Surabaya



Jakarta 1 Juli 2014, Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono (ketiga dari kanan) dan Direktur Literasi dan Informasi OJK, Agus Sugiarto (kedua dari kanan) berfoto bersama Ketua Asosiasi Guru Ekonomi, Wiji Purwanta (keempat dari kanan) dan anggota asosiasi dalam acara Safari Ramadhan OJK yang digelar di Masjid Baitul Ilmi, Kompleks Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta.



Jakarta 2-3 Juli 2014, Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono memberikan cinderamata kepada Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Bidang Pendidikan, Musliar Kasim atas partisipasinya dalam acara *Training of Trainers* OJK. Acara yang digelar di Jakarta ini bertujuan untuk memberikan persiapan kepada guru Ekonomi Se-Indonesia mengenai materi OJK dan Lembaga Jasa Keuangan yang masuk kurikulum 2013 pada mata pelajaran Ekonomi siswa SMA kelas X dan mulai dipelajari pada 14 Juli 2014.



Jakarta 14 Juli 2014, Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono memberikan buku 'Mengenal OJK dan Industri Jasa Keuangan' secara simbolis kepada Saska Vania Diandra, Siswi SMA N 8 Jakarta. Buku yang diterbitkan OJK ini merupakan panduan bagi siswa/siswi SMA kelas X yang sudah mempelajari materi OJK dan Industri Jasa Keuangan pada mata pelajaran Ekonomi kurikulum 2013.



Taipei 29 Juni 2014, Deputi Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Sri Rahayu Widodo berfoto bersama perwakilan Bank BNI, BNP2TKI dan KDEI dalam acara Edukasi Keuangan Kewirausahaan "Gerakan Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2014." Acara edukasi ini diperuntukkan bagi para TKI yang berada di Taipei.



Jakarta 9 Juni 2014, Direktur BTN, Irman Alvian Zahiruddin (kiri) didampingi Direktur BTN, Rico Rizal Budidarmo (paling kanan) dan Direktur Literasi dan Informasi OJK, Agus Sugiarto (tengah) melakukan gunting pita bersama dalam acara pelepasan mobil literasi keuangan "SiMolek." Kegiatan kerjasama OJK dan BTN ini merupakan bagian dari edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya mengenal produk jasa keuangan, mengelola keuangan dan menyikapi uang dengan bijak.



Jakarta 13 Mei 2014, Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Hadad, Kapolri Jenderal Sutarnan dan Citi Country Officer Indonesia Citibank, Tigor M. Siahaan, tengah berbincang dalam sebuah seminar, *Focus Group Discussion* (FGD) bertajuk Kejahatan Perbankan Berbasis Teknologi Informasi (Cyber Crime) Strategi Pencegahan dan Penanganannya di hotel Borobudur, Jakarta. Acara ini merupakan kerjasama antara OJK dan POLRI dalam menciptakan industri keuangan yang lebih sehat dan memberikan perlindungan kepada konsumen.

Gorontalo



Pangkal Pinang 21 Mei 2014, Pembicara tengah menyampaikan materi tentang perencanaan keuangan dan tips mengelola keuangan kepada para peserta seminar Edukasi & Diskusi Produk Jasa Keuangan di Pangkal Pinang. Kegiatan ini terselenggara berkat kerjasama OJK dengan beberapa lembaga jasa keuangan seperti Bank Sumsel Babel, Pegadaian, Bank Mandiri dan Ciptadana Asset Management.



Jakarta 5 Juni 2014, Ketua Dewan Komisiner OJK, Muliaman D. Hadad (paling kanan), Ketua Mahkamah Agung Muhammad Hatta Ali (tengah) dan Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo (paling kiri), menandatangani Surat Keputusan Bersama (SKB) Kerjasama Pelatihan Hakim di Bidang Kebanksentralan dan Sektor Jasa Keuangan. Penandatanganan SKB ini sekaligus membuka Pelatihan para hakim 2014.



Surabaya 22 April 2014, Pembicara sedang berinteraksi dengan para peserta seminar Edukasi & Diskusi Produk Jasa Keuangan yang digagas OJK bersama beberapa lembaga jasa keuangan di Surabaya. Kegiatan ini sebagai upaya OJK dalam meningkatkan Literasi Keuangan masyarakat Indonesia dan merupakan bagian dari strategi "Gerakan Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2014."



Gorontalo 13 Juni 2014, Sekretaris Daerah (Sekda) Provinsi Gorontalo, Winarni Monoarfa (memukul gong) disaksikan Deputi komisioner Pengawas Perbankan IV OJK, Heru Kristiyana (kedua dari kiri) dan Corporate Secretary BNI, Tribuana Tunggadewi (paling kiri) meresmikan acara semiloka sekaligus pameran produk dan jasa keuangan bertema "Gerakan Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2014." Acara yang diselenggarakan OJK bersama BNI di Gorontalo ini diikuti 9 lembaga keuangan dan dihadiri oleh ratusan peserta yang terdiri dari masyarakat umum, mahasiswa dan akademisi.

GALERI FOTO KEGIATAN OJK



GELAR SAFARI RAMADHAN, OJK SASAR GURU EKONOMI SE-JABODETABEK

Jakarta- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen menggelar acara Safari Ramadhan, Selasa (1/7/2014). Acara ini merupakan acara pertama dari rangkaian acara Safari Ramadhan yang berlangsung selama bulan Ramadhan.

Dalam Acara kali ini, OJK mengundang sekaligus melakukan kegiatan edukasi kepada ratusan guru bidang studi Ekonomi Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Madrasah Aliyah (MA) se-Jabodetabek. Salah satu materi edukasi yang disampaikan adalah tentang lahirnya perlindungan konsumen OJK.

“Penyebab lahirnya OJK bukan saja timbulnya urgensi konglomerasi dan integrasi pengaturan pengawasan, tetapi juga minimnya perlindungan konsumen. Ini bukan hanya dirasakan di Indonesia tetapi pada krisis global tahun 2008 dirasakan juga oleh seluruh dunia,” tutur Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Kusumaningtuti S. Soetiono saat Safari Ramadhan di Masjid Baitul Ilmi, Kompleks Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta.

Selain memberikan perlindungan

konsumen, ia menandaskan peran lainnya, yakni menciptakan *market confidence* yang berkaitan erat dengan stabilitas sistem keuangan.

“Karena industri keuangan itu bekerja atas dasar kepercayaan, oleh karena itu sasaran kita yaitu menciptakan *market confidence*. Kalau terjadi kepercayaan maka stabilitas sistem keuangan jadi lebih mudah tercapai,” katanya.

Dalam gelaran acara tersebut, OJK juga menyosialisasikan materi pelajaran tentang lembaga jasa keuangan dan OJK yang pada tahun ajaran baru ini mulai diajarkan pada siswa SMA kelas X.

“Pemahaman para guru mengenai materi tersebut harus baik mengingat mulai 14 Juli mendatang, materi itu sudah masuk kurikulum baru 2013 dan mulai dipelajari oleh siswa SMA kelas X,” jelas Kusumaningtuti.

Menurut dia, upaya tersebut bertujuan agar edukasi yang dilakukan dapat dipahami dengan baik oleh para siswa. Oleh sebab itu, OJK selama dua hari (2-3 Juli 2014) mengadakan *Training Of Trainer* (ToT) bagi seluruh guru bidang ekonomi di Indonesia.

Acara Safari Ramadhan sendiri ditutup dengan edukasi perencanaan keuangan oleh Financial Planner, M. Andoko dan buka puasa bersama. Selain Kusumaningtuti, hadir juga dalam acara tersebut adalah Direktur Literasi dan Edukasi OJK, Agus Sugiarto, Kasie Kurikulum SMA, Budiando dan Ketua Asosiasi Guru Ekonomi, Wiji Purwanta.

“Penyebab lahirnya OJK bukan saja timbulnya urgensi konglomerasi dan integrasi pengaturan pengawasan, tetapi juga minimnya perlindungan konsumen.”



OJK GELAR ToT BAGI GURU EKONOMI SE-INDONESIA

Jakarta- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggelar *Training Of Trainers* (ToT) selama dua hari bagi para guru ekonomi se-Indonesia. Kegiatan tersebut sebagai sosialisasi dan persiapan materi Lembaga Jasa Keuangan (LJK) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masuk dalam kurikulum 2013 pelajaran Sekolah Menengah Atas (SMA). Materi tersebut nantinya akan dipelajari oleh siswa SMA kelas X seluruh Indonesia.

"Tanggal 14 Juli 2014 kan tahun ajaran baru, nah itu materi OJK sudah masuk kurikulum 2013. Jadi OJK memulai *Training Of Trainers* (ToT) bagi guru ekonomi yang dibuka oleh Wamendikbud. Nanti disana bahan OJK akan diberikan dan akan langsung diimplementasikan pada tahun ajaran baru ini," ucap Anggota Dewan Komisioner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK), Kusumaningtuti S. Soetiono dalam acara *Training Of Trainers* (ToT) di Jakarta, Rabu (2/7/2014).

Ia menjelaskan *Training Of Trainers* (ToT) tersebut dimaksudkan untuk memastikan para guru ekonomi dapat menjadi agen yang baik dalam mengedukasi para siswa.

"Melalui kegiatan ini diharapkan guru sebagai fasilitator dapat menyampaikan pengetahuan tentang OJK dan industri jasa keuangan, sehingga dapat turut berperan mengantarkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi

(*well literate*). Dengan begitu masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan guna mendorong terciptanya masyarakat Indonesia yang sejahtera," tutur Kusumaningtuti.

Sementara itu dalam ToT yang berlangsung selama dua hari (2-3 Juli 2014) ini dihadiri oleh 70 guru mata pelajaran ekonomi se-Indonesia. Dalam acara tersebut OJK bersama LJK akan memberikan pemaparan secara teori dan praktik kepada semua peserta. Selain itu, dalam acara yang berlangsung di hotel Sari Pan Pacific, Jakarta ini, OJK juga mengeluarkan buku pengayaan mata pelajaran Ekonomi kelas X dengan judul "Menenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan" yang diharapkan bisa menjadi panduan bagi guru-guru untuk mengajarkan siswanya.

Dewi Maulinda, M.Pd, peserta *Training Of Trainers* (ToT) dari SMA Darma Pertiwi, Jambi, menyatakan bahwa acara ini sangat bermanfaat bagi guru ekonomi karena sebelumnya materi OJK hanya diulas sekilas dan di sini diulas secara mendalam. "Sampai sejauh ini materinya bagus, para penyaji juga menarik dalam menyampaikan materi sehingga kita semua aktif, mudah-mudah ke depan, syukur – syukur kita juga diajak untuk datang ke kantor OJK," ujar Dewi.

Senada dengan Dewi, Lucky Christ Sondakh, peserta dari SMAN 4 Papua juga mengapresiasi acara *Training Of Trainers* (ToT)

yang sudah diselenggarakan OJK kepada guru Ekonomi se-Indonesia. "Di acara ToT ini kami mendapat banyak ilmu, khususnya bagaimana kami mengaplikasikan materi OJK dan LJK dalam proses mengajar kami. Sebelum ada pelatihan ini materinya sangat sulit dipahami untuk dicerna, tapi dengan adanya penyampaian detil dari para praktisi yang ada kami mendapatkan ilmu yang berharga, hal yang rumit itu bisa disederhanakan dan bahasa yang sederhana itu yang dibutuhkan murid. Selain itu materi dan penyampaiannya kami merasa sangat mudah karena pemateri-pemateri itu menguasai dibidangnya dan penyampaiannya itu tidak membosankan kami langsung diajak berdialog gitu," kata Lucky.

"Bagus, ini suatu langkah nyata yang memang sangat diperlukan. Ketika masuknya program ini sejak SMA itu jangkauannya lebih luas. Kemudian ada acara ToT kepada guru itu bagus banget jadi guru paling tidak bisa mengajari anak-anak dengan lebih baik dan benar sehingga *getok tular*-nya juga semakin luas. Untuk buku pengayaan ini kita diminta memberikan masukan juga, bagusnya OJK sudah konfirmasi ke industri masing-masing jadi sudah pasti materinya *up to date* dan betul. Kemudian sudah dites kepada murid penerimaannya seperti apa kalau terlalu sulit di-*smoothing* lagi," tambah Direktur Pengembangan Bursa Efek Indonesia (BEI), Frederica Widyasari Dewi.

GORONTALO JADI KOTA KE-12 YANG MENDAPAT KUNJUNGAN OJK

Gorontalo– Otoritas Jasa Keuangan (OJK) gencar melakukan edukasi keuangan ke berbagai daerah dalam rangka “Gerakan Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2014.” Kali ini OJK menyambangi provinsi Gorontalo yang merupakan kota ke-12.

Dalam edukasi yang diselenggarakan pada tanggal 11-12 Juni 2014 tersebut, OJK menggandeng empat lembaga keuangan yakni Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Sulut, Asuransi Jiwasraya dan Adira Finance. Pada hari pertama, OJK menggelar seminar bertajuk “Edukasi dan Diskusi Produk dan Jasa Keuangan.” Acara tersebut membahas pentingnya perencanaan keuangan bagi masyarakat dan tampak hadir ratusan peserta dari kalangan ibu rumah tangga, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), mahasiswa, akademisi dan masyarakat.

Analisis Eksekutif (Setingkat Direktur) Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Prabowo mengatakan edukasi keuangan perlu diberikan kepada para ibu rumah tangga karena peran mereka sangat strategis di dalam keluarga.

“Targetnya utama adalah ibu rumah tangga, kemudian UMKM, akademisi dan pelajar serta masyarakat umum. Kenapa ibu rumah tangga, karena kita tahulah peran mereka sebagai menteri keuangan dan menteri pendidikan (dalam keluarga), jadi itu bagi kami strategis. Demikian juga UMKM kehadirannya banyak dan mahasiswa sebagai generasi penerus,” ujar Prabowo saat ditemui dalam acara Edukasi dan Diskusi Produk dan Jasa Keuangan di hotel Maqna, Gorontalo, Rabu (11/6/2014).

Dia menandakan bahwa edukasi ini adalah langkah OJK dalam melakukan perlindungan konsumen seperti yang diamanatkan undang-undang. “Ada dua aspek perlindungan konsumen, satu kita memberikan perlindungan konsumen melalui edukasi. Kedua kita juga harus melindungi konsumen dari perilaku jasa keuangan. Contohnya adalah *miss selling* yakni kadang pelaku industri tidak menginformasikan suatu produk, apa itu hak dan risikonya bagi masyarakat atau konsumen,” imbuhnya.

Santawali, S. Kom, ibu rumah tangga yang mengikuti seminar tersebut mengatakan dengan adanya kegiatan ini, dirinya merasa terbantu sebagai ibu rumah tangga dalam mengelola keuangan keluarga. “Artinya saya yang tadinya kurang *manage* keuangan akhirnya ada panduan atau mengikuti materi yang disampaikan. Mudah-mudahan dengan adanya OJK ini keuangan keluarga bisa diatur lagi atau dengan kata lain bisa disikapi dengan bijak,” katanya.

Sementara itu, pada hari kedua, OJK bersama PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. (BNI), menggelar semiloka sekaligus pameran produk dan jasa keuangan yang berlangsung di Gedung Serbaguna Bele Li Mbui, Gorontalo. Dalam acara yang diikuti oleh sekitar 400 masyarakat dan akademisi Gorontalo, OJK dan BNI melakukan edukasi lewat seminar lokakarya mengenai cara melakukan perencanaan keuangan yang dipaparkan oleh *Financial Planner*, Lisa Soemarto.

Selain itu OJK dan BNI juga mengundang berbagai lembaga jasa keuangan (LJK) dan asosiasi untuk turut serta membuka *booth*

pada saat pameran, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), PT Pegadaian (Persero), Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia, Dana Pensiun (Dapen), AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia), Perbarindo, Asosiasi Pengelola Reksadana Indonesia dan Asuransi Jiwasraya.

Hadir dalam pembukaan acara tersebut adalah Deputi Komisiner Pengawasan Perbankan IV OJK, Heru Kristiyana; Analisis Eksekutif (Setingkat Direktur) Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Prabowo; Corporate Secretary BNI, Tribuana Tunggadewi; dan Sekretaris Daerah Provinsi Gorontalo, Prof. Dr. Ir. Hj. Winarni Monoarfa, MS.

Della Pulubuhu, mahasiswi dari Poltekkes Kemenkes yang mengikuti expo tersebut, menyadari bahwa investasi merupakan sesuatu yang amat penting bagi masa depannya kelak. “Menurut saya ini sangat bermanfaat karena apa yang telah dijelaskan tentang investasi tadi, itu sangat berguna buat masa sekarang dan masa depan kita. Contohnya saya jadi ingin berinvestasi untuk pensiun atau pendidikan nanti,” papar Della usai menghadiri acara tersebut.

Melalui acara ini, Deputi Komisiner Pengawasan Perbankan IV OJK, Heru Kristiyana berharap masyarakat Gorontalo semakin memahami produk dan jasa keuangan bagi kehidupannya. “OJK berharap agar Expo Edukasi ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai produk dan layanan di sektor jasa keuangan sehingga masyarakat semakin memahami produk dan jasa keuangan (*well literate*),” pungkasnya.

Artis tak selamanya identik dengan hedonisme. Tak jarang artis yang melirik investasikan pendapatannya ke produk-produk investasi. Produk-produk investasi tersebut harapannya dapat memberikan pendapatan yang lebih di masa depan. Produk investasi di sektor keuangan menjadi salah satu pilihannya yang kerap dipilih oleh selebritas. Giring Ganesha adalah salah satunya artis Indonesia yang memilih produk investasi yang ditawarkan oleh pasar modal Indonesia.

Vokalis grup band Nidji ini mulai merambah investasi di pasar modal sejak tahun 2007/2008. Cukup menarik, ia merambah pasar modal di tengah kondisi pasar modal yang gonjang ganjing kala itu. Namun kondisi tersebut justru menjanjikan. Ia mampu membaca kondisi tersebut. Bahkan ia mampu memanfaatkan momentum tersebut dan tak lantas menyeretnya merugi.

Berkat pengalamannya tersebut, ia juga tak segan-segan untuk mengajak masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal. Menurutnya, investasi di pasar modal selain sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, hasil investasi di pasar modal menjanjikan. Ia pernah mengatakan bahwa harusnya percaya dengan pasar modal Indonesia. Investor dari luar saja percaya pasar modal Indonesia, harusnya masyarakat Indonesia juga percaya.

Giring menaruh investasinya tidak hanya pada satu jenis instrumen investasi. Beberapa produk investasi seperti reksadana, saham, emas dan properti adalah beberapa produk investasi pilihannya. Ia memilih produk investasi yang likuid dan tidak likuid. Beberapa produk investasi yang relatif likuid seperti reksadana dan emas. Namun, jenis properti termasuk dalam kategori investasi yang tidak likuid.

GIRING NIDJI KENAL PASAR MODAL SEJAK LAMA



KEVIN APRILIO JATUH HATI PADA INVESTASI PASAR MATA UANG

Berbagai macam investasi sering dilakukan banyak orang sebagai jaminan masa depan yang lebih cerah. Kevin Aprilio, musisi muda berbakat Indonesia, tertarik untuk menginvestasikan sebagian penghasilannya pada produk-produk investasi.

Meskipun saat ini banyak perusahaan yang menawarkan macam investasi di sektor riil seperti properti, dan emas, namun Kevin menjatuhkan pilihannya pada investasi pasar mata uang.

"Kalau investasi sebenarnya macam-macam ya, bagus-bagus salah satunya properti tapi saya lebih memilih menjalani bisnis trading pasar mata uang di *Foreign Exchange (Forex)*," ujar Kevin saat diwawancarai NET.TV belum lama ini.

Dalam wawancaranya, pianis dari grup band Vierratale ini mengatakan dirinya sudah setahun lalu bermain *forex*. Menurutnya, *forex* adalah investasi paling tepat bagi dirinya.

"Sudah setahun saya main *forex*, fokus di situ dan Alhamdulillah sudah menemukan pola yang sudah saya senangi. Bagi saya sekarang investasi yang paling bagus tetap *forex* tapi kalau orang lain mungkin berbeda ya," kata putra sulung pasangan Adi M.S. dan Memes.

Sementara untuk orang-orang yang baru melakukan investasi, dia menyarankan, mereka harus pintar-pintar memilih jenis dan tempat investasi yang cocok dan jangan tergiur oleh perusahaan yang mengiming-imingi untung besar.

"Sebenarnya saya masih banyak belajar tetapi kita sebagai nasabah investasi harus pintar-pintar memilih tempat dimana kita berinvestasi. Pokoknya begini, kalau ada yang terlalu mengiming-imingi untung besar banget dan segala macamnya, itu harus pikir 2-3 kali karena kadang-kadang ya hidup tidak seindah itulah, pasti ada *what's the catch*. Jadi harus pikir 2-3 kali lah, riset dulu informasi investasinya dan tetap berdoa," papar pria kelahiran 7 April 1990 ini.

Bagi Kevin, kini investasi bukan hanya untuk menjamin masa depannya saja, tapi juga merupakan sebuah kewajiban sebagai salah satu bentuk kepedulian terhadap diri sendiri.



SiKAPI
@sikapiuangmu



Malisa Sudirman

@ichasudirmanTweet2
dari @sikapiuangmu
selalu bermanfaat, wajib
difollow,
kawan2 :D

Lupi affandy @lupalooxy

Udah bwt list belanja tp ttp
aja lepas kendali belanja
bulanan, jd #SikapiUangmu
apa sikapi diri kita ya min?
@sikapiuangmu

PING!!! @dwiselfia_

ketika bingung bagaimana cara
mengelola uang maka stalking
@sikapiuangmu for a better future

Kun @kurukunkun

sayang bgt akun bagus kayak
@sikapiuangmu masih dikit
follower.. tp tetap salut buat ojk dan
pemerintah atas usahanya mencer-
daskan masyarakat..



Suci Mila Ramadhani @SuciMila

Udah jelas kan kalo @sikapiuangmu punya
segudang info mengenai cara mengelola
keuangan kamu. Selagi banyak manfaat
yuk follow @sikapiuangmu

Citraanggia @CitraAnggiaa

Waw...penting jg ngecek website inih
sikapiuangmu.ojk.go.id/id/ lumayan banyak
ngerti soal ngolah uang, thx ya
@sikapiuangmu :D

Edwin B. Hasudungan @EBHSitorus

baru tahu ada akun twitter
@sikapiuangmu <- bagus utk yg mau
belajar mengendalikan uang..dan
bukan sebaliknya..

Feli Sumayku @NonaFeli

Sebelum tidur baca ini dulu nih
sikapiuangmu.ojk.go.id/id/ follow juga
@sikapiuangmu dijamin dpt pencerahan
demi masa depan yg cerah :D

Harun Mahbub @cicitlanun

Nama akun @sikapiuangmu ini ngga
asyik. Tp gpp, yg penting banyak
konten positif, dan yg endorse banyak
;) #kritik

DYAN PRAMUBINAWAN @dsaputrap

Nice move OJK. @sikapiuangmu

HUT RI



OTORITAS
JASA
KEUANGAN

DIRGAHAYU
REPUBLIC INDONESIA

17 AGUSTUS 2014



**SIKAPI KEMERDEKAAN
DENGAN
CERDAS MENGELOLA
MASA DEPAN SEJAHTERA**

<http://sikapiuangmu.ojk.go.id/>

OJK Layanan
500 655