fintech indonesia

ANNUAL MEMBERS SURVEY 2022/2023

ASOSIASI
FINTECH INDONESIA

fintech indonesia

ANNUAL MEMBERS SURVEY

2022/2023

fintech
indonesia

DAFTAR ISI

Daftar Singkatan 5

BAB 1
Catatan Ketua AFTECH 6

BAB 2
Ringkasan Eksekutif 8

BAB 3
Metodologi 12

A. Definisi 12
B. Desain Survei 14
- Pengumpulan Data
- Analisis Penelitian

BAB 4
Tinjauan Industri Fintech 18

A. Tinjauan Bisnis 19
B. Penggerak Pertumbuhan 20
- Penduduk Usia Kerja
- Ekonomi Berbasis Internet
- Penetrasi Internet
- Peluang dari Jumlah Populasi *Unbanked* dan *Underbanked* yang Besar
- Literasi Keuangan dan Digital
- Lingkungan Regulasi yang Kondusif
- Investasi

C. Tingkat Kematangan 24
D. Lanskap Fintech 26
- Lama Beroperasi
- Lokasi Usaha
- Pengguna Utama
- Konsumen Perempuan
- Penetrasi Pasar
- Ekspansi Pasar dan Model Bisnis
- Nilai Transaksi
- Kemitraan

BAB 5
Tech Winter Dan Investasi 36

- Fenomena *Layoff*
- Status Investasi
- Sumber Dana
- Dukungan Pemerintah

BAB 6
Regulasi dan Tata Kelola 44

- Persepsi terhadap Kerangka Regulasi
- Tantangan Regulasi
- Manajemen Data
- Keamanan Siber
- *Disaster Recovery Plan*
- Penanganan Keluhan Konsumen
- Perlindungan Konsumen
- Penerapan Standar dan Regulasi Internasional
- Penerapan Pedoman Perilaku atau Standar Industri

BAB 7
Kesenjangan dalam Ekosistem Fintech 56

- Ketersediaan Teknologi Pendukung
- Kesenjangan Keahlian
- Kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan

BAB 8
Fintech untuk Literasi dan Inklusi Keuangan 64

- Literasi dan Inklusi Keuangan Saat Ini serta Kebutuhan Dukungan Pemerintah
- Inisiatif Fintech dalam Mendorong Literasi dan Inklusi Keuangan
- Harapan terhadap Asosiasi

BAB 9
Analisis Gender 70

A. Keragaman Gender di Susunan Staf 70
- Keterwakilan Perempuan
- Perempuan dalam Kepemimpinan
- Kebijakan Kelembagaan
- Pentingnya Keragaman Gender dan Investasi Lensa Gender
- Tren dari Waktu ke Waktu

B. Perempuan Sebagai Target Pasar 73
- Menargetkan Perempuan
- Strategi dan Penargetan untuk Pengguna
- Segmentasi Pelanggan Perempuan
- Kesimpulan & Rekomendasi

Ucapan Terima Kasih 76

STRATEGY
PLAN
STEP1
STEP3
STEP4
CHECK
CONTROL
STEP5

DAFTAR SINGKATAN

AFTECH	Asosiasi Fintech Indonesia
AMS	*Annual Members Survey*/Survei Anggota Tahunan
APJII	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
BI	Bank Indonesia
BI-SNAP	BI Standar Nasional Open API Pembayaran
BPS	Badan Pusat Statistik
CERT	*Computer Emergency Response Team*
Dukcapil	Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil
DPO	*Data Protection Officer*
DRP	*Disaster Recovery Plan*
EV-DCI	East Ventures – Digital Competitiveness Index
GMV	*Gross Merchandise Value*
GRC	*good governance, risk management, and compliance*
HNWI	*high net worth individual*
Kemenkominfo	Kementerian Komunikasi dan Informatika
KemenPPPA	Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
IKD	Inovasi Keuangan Digital
IMF	International Monetary Fund
IPO	*Initial Public Offering*
ITSK	Inovasi Teknologi Sektor Keuangan
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
OJK	Otoritas Jasa Keuangan
PBI	Peraturan Bank Indonesia
PDB	Produk Domestik Bruto
PHK	Pemutusan Hubungan Kerja
POJK	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan
SCF	Securities Crowd Funding
SFA	Singapore Fintech Association
SNLIK	Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan
SOP	*Standard Operating Procedure*
UKM	Usaha Kecil dan Menengah
WNA	Warga Negara Asing
WNI	Warga Negara Indonesia
QRIS	*Quick Response Code Indonesia Standard*
WWB	Women's World Banking

BAB 1
CATATAN KETUA AFTECH

Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) merupakan asosiasi yang didirikan pada 2016 dan menjadi wadah bagi penyelenggara Fintech di Indonesia untuk melakukan advokasi dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan guna mendorong inovasi teknologi dan memperkuat daya saing industri Fintech nasional. AFTECH memiliki empat pilar kegiatan utama, yaitu advokasi kebijakan, kolaborasi komunitas, literasi dan edukasi, serta pengembangan pengetahuan.

AFTECH juga secara rutin menginisiasi penyusunan berbagai kajian untuk membahas mengenai pertumbuhan Fintech serta dampaknya bagi masyarakat Indonesia. Salah satunya dengan menerbitkan Laporan Survei Anggota Tahunan (*Annual Members Survey*/AMS) secara konsisten sejak 2017.

Laporan tersebut dirancang untuk menggambarkan perkembangan industri Fintech di Indonesia, potensi pengaruhnya terhadap ekonomi, menetapkan topik-topik prioritas dan membahas berbagai tantangan dalam memanfaatkan teknologi finansial untuk mencapai inklusi keuangan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pada periode ini, AFTECH bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC) serta dengan dukungan dari Women's World Banking (WWB) telah menyusun **Laporan AMS 2022/2023** yang mengusung tema **"Fintech Indonesia: Mantap Melangkah ke Arah Keberlanjutan dan Inklusi"**.

Laporan ini merefleksikan dinamika terkini dalam industri Fintech dan berdasarkan hasil survei tahunan kepada anggota AFTECH. Laporan ini antara lain menyoroti perkembangan industri Fintech, fenomena *tech winter*, talenta digital, kontribusi terhadap perekonomian terutama investasi, penerapan tata kelola yang baik, pemerataan infrastruktur digital, kesetaraan gender, dan lanskap regulasi yang kondusif. Secara lebih spesifik, survei ini melaporkan beberapa temuan:

Di tengah lingkungan bisnis yang diwarnai oleh resesi global, industri Fintech berperan penting dalam merespons tantangan-tantangan yang ada. Dalam konteks ini, kita melihat bagaimana Fintech menjadi solusi kunci untuk perusahaan dalam menjaga efisiensi dan efektivitas di tengah tekanan ekonomi. Misalnya, sebagian responden menyatakan telah melakukan perubahan atau ekspansi model bisnis mereka. Hal ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan 2021, saat sebagian besar perusahaan Fintech memilih untuk menunda ekspansi bisnisnya akibat pandemi. Selain itu, hampir separuh responden mencatatkan nilai transaksi di kisaran Rp5 - 500 miliar, sebuah peningkatan yang menggembirakan dibandingkan hasil survei sebelumnya.

Dalam konteks lingkungan global yang penuh tantangan, yakni fenomena *tech winter*, mayoritas perusahaan Fintech tercatat mengurangi jumlah tenaga kerja dan sebagian besar menunda rencana rekrutmen. Namun, perusahaan Fintech di Indonesia melihat *tech winter* justru sebagai momentum

untuk berinovasi. Beberapa anggota AFTECH yang diwawancara menyatakan bahwa mereka meluncurkan berbagai inovasi produk dan layanan untuk mempertahankan kinerja perusahaan mereka.

Infrastruktur digital juga menjadi perhatian industri Fintech kita. Responden yang memiliki *data center* meningkat dari survei sebelumnya. Seluruh *data center* responden tersebut juga telah terdaftar di Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada survei kali ini. Dalam konteks keamanan siber, kita melihat peningkatan jumlah perusahaan yang memiliki tim *Computer Emergency Response Team* (CERT) dari survei 2021. Hal ini menunjukkan keseriusan industri Fintech kita dalam menghadapi tantangan keamanan siber.

Berdasarkan hasil survei, para responden berharap pemerintah dapat mengembangkan infrastruktur jaringan di wilayah perdesaan yang dapat digunakan oleh industri. Separuh responden yakin bahwa akan ada pengembangan teknologi yang cukup di wilayah perdesaan di masa depan. Laporan ini juga menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa regulasi yang dikeluarkan pemerintah dan regulator saat ini kondusif mendukung inovasi. Terkait dengan dukungan terhadap industri Fintech, hampir seluruh responden menyetujui bahwa telah ada upaya dari Pemerintah untuk mendukung pertumbuhan industri Fintech.

Catatan tersebut menggambarkan mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap perkembangan regulasi terkait Fintech dan ekosistem ekonomi digital saat ini yaitu dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan.

Sebagai penutup, hasil survei ini menunjukkan bahwa industri Fintech Indonesia mantap melangkah ke arah keberlanjutan dan inklusi, menunjukkan tanggung jawab sosial yang kuat sekaligus memberikan dampak positif bagi ekonomi digital nasional. Meski tantangan tetap ada, industri Fintech kita terus berinovasi, berkembang, mendorong inklusi finansial, dan memperkuat ekosistem digital nasional. Temuan-temuan dalam laporan ini dapat digunakan sebagai bahan refleksi dan evaluasi untuk mengarahkan langkah-langkah kita ke depan, serta menjadi referensi bagi perusahaan Fintech, regulator, investor, dan akademisi.

Terbitnya Laporan AMS 2022/2023 ini tidak terlepas dari dukungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), para anggota yang telah berpartisipasi dalam survei dan *in-depth interview*, KIC, WWB, dan Bill & Mellinda Gates Foundation (BMGF). Saya mewakili AFTECH, mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan mendukung dibuatnya laporan ini.

Salam Hangat,

Pandu Sjahrir
Ketua Umum Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH)

BAB 2
RINGKASAN EKSEKUTIF

Sejak 2017, Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) secara berkala telah menerbitkan laporan *Annual Members Survey* (AMS) untuk melihat perkembangan terkini, peluang, dan tantangan industri Fintech di Indonesia. Kali ini, AFTECH menerbitkan laporan AMS 2022/2023, bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC) serta didukung oleh Women's World Banking (WWB).

Laporan AMS 2022/2023 mengusung tema "Fintech Indonesia: Mantap Melangkah ke Arah Keberlanjutan dan Inklusi". AMS 2022/2023 menyoroti perkembangan industri Fintech, fenomena *tech winter*, talenta digital, kontribusi terhadap perekonomian, penerapan tata kelola yang baik, pemerataan infrastruktur digital, kesetaraan *gender*, dan lanskap regulasi yang kondusif.

Posisi industri Fintech Indonesia cukup mendominasi di Asia Tenggara. Laporan "*Fintech in* ASEAN: *Finance, reimagined*" yang dirilis UOB, PwC, dan Singapore Fintech Association (SFA) mencatat total pendanaan yang diterima Indonesia mencapai 33% dari total pendanaan di Asia Tenggara. Capaian tersebut meningkat sebesar 11 poin persentase dari tahun sebelumnya dan kedua tertinggi setelah Singapura, yang menerima 43% dari total pendanaan pada periode yang sama. Pertumbuhan tersebut sejalan dengan perkembangan industri Fintech di dalam negeri.

Total anggota AFTECH hingga akhir 2022 telah mencapai 366 perusahaan, meningkat dari 352 pada akhir 2021 dan 302 pada akhir 2020. Berdasarkan klaster model bisnis pelaku Fintech, tiga model bisnis terbesar anggota AFTECH adalah pinjaman *online* sebanyak 102 anggota (30%), Inovasi Keuangan Digital (IKD) sebanyak 88 anggota (25,88%), dan pembayaran digital 40 anggota (11,76%). Perkembangan industri Fintech di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti penduduk usia kerja, ekonomi berbasis internet, populasi *unbanked* dan *underbanked*, literasi dan inklusi keuangan dan digital, regulasi, serta investasi di Fintech.

AMS 2022/2023 mencatat 64,0% perusahaan Fintech yang tergabung dalam AFTECH baru berdiri dalam kurun waktu 0-5 tahun, atau masih berada dalam fase perusahaan rintisan (*startup*). Dari jumlah tenaga kerja, sebanyak 50,7% Fintech memiliki kurang dari 50 pekerja. Sebanyak 92%, perusahaan Fintech berlokasi di Jabodetabek, yang masih menjadi pusat ekonomi, politik, dan budaya dengan akses ke pasar konsumen dan bisnis, infrastruktur teknologi, dan ekosistem inovasi yang dinamis.

Dari sisi permintaan, sebanyak 42,7% profil pengguna Fintech adalah individu dengan mayoritas berada pada rentang usia 26-35 tahun. Sebagian besar pengguna berasal dari segmen berpenghasilan antara Rp5 juta

- Rp10 juta yang berdomisili di Pulau Jawa, khususnya area Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Di samping individu, sebanyak 28% pengguna utama Fintech juga berasal dari kelompok usaha kecil dan menengah.

Perusahaan Fintech dengan nilai transaksi rendah dan menengah terpantau mengalami perbaikan kinerja, tapi Fintech dengan nilai transaksi tinggi sedikit mengalami tantangan. Sebanyak 25,4% perusahaan mencatatkan nilai transaksi kurang dari Rp5 miliar per tahun dan 49,2% melaporkan nilai transaksi pada kisaran Rp5-500 miliar. Nilai transaksi tersebut menunjukkan perbaikan dari survei periode sebelumnya yang mana 32,0% memiliki transaksi kurang dari Rp5 miliar dan hanya 39,0% melaporkan nilai transaksi di kisaran Rp5-500 miliar. Hal ini mengindikasikan terjadinya pergeseran dari Fintech dengan kelompok nilai transaksi yang sebelumnya kurang dari Rp5 miliar, kini masuk ke kelompok Rp5-500 miliar. Namun, Fintech dengan nilai transaksi di atas Rp50 triliun tercatat hanya sebanyak sebanyak 3,4%, menurun dari 4,0% responden pada survei sebelumnya. Mengkonfirmasi lokasi perusahaan dan target pasar Fintech, nilai transaksi juga 80,7% dikontribusikan oleh transaksi di wilayah Jawa dan menjadi indikasi kesenjangan antarwilayah yang disebabkan belum meratanya literasi digital dan pembangunan infrastruktur.

Fenomena *tech winter* tidak dapat dipungkiri menyebabkan pelaku di industri teknologi dan perusahaan *startup* lebih berfokus bertahan dan melakukan inovasi untuk menghasilkan profit. Untuk meningkatkan pendapatan, sebanyak 66,7% perusahaan memilih berfokus pada produk yang menghasilkan pendapatan tinggi, sementara sekitar 12% mengubah model bisnis dan berekspansi ke sektor ekonomi baru.

Di sisi lain, penurunan biaya operasional ditempuh melalui pengurangan dan penghentian rekrutmen tenaga kerja. Sebanyak 84% perusahaan Fintech tercatat telah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) atau *layoff*, dan 76% juga tidak berencana untuk menambah atau merekrut tenaga kerja baru dalam waktu dekat.

Meskipun dilanda fenomena *tech winter*, investasi sektor Fintech di Indonesia masih menunjukkan performa yang cukup baik didukung oleh cara pandang positif pelaku Fintech. Melalui *in-depth interview,* beberapa pelaku Fintech menyatakan bahwa fenomena *tech winter* justru dilihat sebagai momentum untuk terus berinovasi.

AMS 2022/2023 menunjukkan sebanyak 52% perusahaan Fintech merencanakan untuk menggalang dana dalam waktu dekat, sementara 26,7% merasa tidak membutuhkan tambahan dana dan diikuti oleh

18,7% yang menyatakan cukup dengan pendanaan saat ini. Pendanaan dari perusahaan modal ventura tercatat mencapai 38,7%, menegaskan minat tinggi investor terhadap potensi dan peluang di industri Fintech Indonesia. Sementara itu, 36% responden menggunakan sumber pendanaan mandiri, mencerminkan dedikasi dan kepercayaan diri pelaku Fintech terhadap model bisnis mereka.

Pengesahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan juga dipandang mencerminkan dukungan Pemerintah dan regulator bagi industri Fintech. Sebanyak 10,7% pelaku Fintech sangat setuju dan 76,0% setuju bahwa peraturan Pemerintah saat ini kondusif mendukung inovasi, meski relaksasi atau kelonggaran dalam regulasi dan pemberian insentif tertentu masih tetap menjadi harapan. Di samping itu, regulasi yang diharapkan dapat ditingkatkan terutama menyangkut privasi dan keamanan data (68,0%), kejelasan regulasi (60,0%), e-KYC (54,7%), kecepatan perizinan dan penghapusan birokrasi (49,3%), serta pengaturan tanda tangan digital (42,7%).

Keamanan data pengguna memang menjadi perhatian penting pelaku Fintech. Dibandingkan periode sebelumnya, responden yang memiliki *data center* bertambah dari 37% menjadi 44%. Persentase *data center* yang terdaftar di Kemenkominfo juga meningkat dari 96% menjadi 100%.

Pelaku Fintech juga berupaya meningkatkan keamanan siber, ditunjukkan oleh bertambahnya responden yang telah memiliki tim *Computer Emergency Response Team* (CERT), dari semula hanya 44% pada 2021 menjadi 65% pada 2022/2023. Responden yang masih mengeluhkan kegagalan sistem juga semakin menurun dari 21% menjadi 13%. Perkembangan tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi perbaikan sistem milik para anggota AFTECH.

AMS 2022/2023 juga mencatat 89,2% pelaku Fintech telah mengikuti standar internasional, seperti ISO 27001. Di samping itu, sebanyak 77,3% menyatakan telah menerapkan kode perilaku atau standar industri untuk memitigasi risiko usaha. Sebagai asosiasi, AFTECH juga menerbitkan Pedoman Perilaku untuk beberapa model bisnis Fintech dan tercatat sebanyak 66,7% pelaku Fintech telah mengikuti pedoman perilaku tersebut.

Perbaikan pengelolaan sistem dan tata kelola juga mendukung upaya perlindungan konsumen Fintech. Sebesar 88,0%, pelaku Fintech telah menerapkan setidaknya 10 kali program khusus untuk melindungi konsumen dalam satu tahun, mencakup edukasi literasi konsumen, pencegahan penyalahgunaan informasi pribadi, atau garansi dan jaminan yang melindungi konsumen dari kerugian finansial.

Teknologi yang relevan dan terkini merupakan pendukung produk dan layanan Fintech. Namun, 64% responden merasa produsen lokal belum dapat memenuhi teknologi yang dibutuhkan. Hal tersebut disebabkan beberapa kendala, seperti hambatan regulasi dan belum memadainya infrastruktur dasar.

Dari sisi talenta digital di dalam negeri, sebanyak 73,3% responden lebih menyukai mempekerjakan sumber daya manusia lokal karena dipercaya memiliki pemahaman lebih baik terhadap lanskap bisnis dan kemudahan koordinasi. AMS 2022/2023 mencatat kesenjangan terdapat dalam beberapa keterampilan kunci di industri Fintech, seperti keamanan siber (57,3%), analisis data (52,0%), dan pengetahuan industri keuangan (49,3%).

Industri Fintech sangat terbuka terhadap upaya membuka kesempatan kepada semua lapisan masyarakat, termasuk perempuan baik secara eksternal (konsumen) maupun internal (bagian dari perusahaan). Namun, 96% responden tidak mempunyai program khusus berdasarkan *gender* untuk retensi pengguna. Sementara dari sisi internal, 53,3% responden menyatakan keragaman *gender* di perusahaan terus meningkat dari waktu ke waktu. Artinya banyak perempuan ingin berpartisipasi dan pada saat bersamaan juga industri Fintech masih bisa menyerapnya.

Industri Fintech juga dianggap mampu meningkatkan inklusi keuangan dengan aksesibilitas yang relatif lebih mudah dibanding layanan keuangan konvensional. Dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat, persentase responden yang melakukan inisiatif sendiri meningkat dari 85% pada 2021 menjadi 88% pada 2022/2023. Berdasarkan *in-depth interview*, responden menegaskan bukan saja inklusi keuangan, literasi keuangan juga perlu mendapat perhatian besar.

BAB 3
METODOLOGI

A. Definisi

AFTECH mengacu kepada World Bank dalam mendefinisikan *financial technology* (Fintech), yakni industri yang terdiri atas perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi untuk menjadikan sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien.

Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Fintech merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, jasa, teknologi dan/atau model bisnis baru, dan dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta keandalan sistem pembayaran.

Sementara itu, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 13/POJK.02/2018 menggunakan istilah "Inovasi Keuangan Digital" (IKD) sebagai definisi Fintech. Kedua regulasi tersebut mengandung intisari yang sama dan mengartikan Fintech sebagai segala bentuk inovasi yang memberikan nilai tambah dalam jasa keuangan.

Solusi Fintech telah berkembang melampaui sekadar pembayaran digital dan pinjaman *online*. Fintech mengadopsi berbagai jenis teknologi berdasarkan kebutuhan konsumen, tingkat perkembangan, *stance* kebijakan, dan infrastruktur teknologi yang ada.

Survei anggota tahunan atau *Annual Members Survey* (AMS) 2022/2023 mencakup berbagai model bisnis Fintech yang terdaftar sebagai anggota AFTECH, terutama lima model bisnis utama:

1. **Pinjaman *Online***

   Menurut POJK No.10/2022, Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI) adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi dana dengan penerima dana dalam melakukan pendanaan konvensional atau berdasarkan prinsip syariah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan internet.

2. **Sistem Pembayaran**

   Menurut PBI No. 19/12/PBI/2017, Fintech di sistem pembayaran merupakan penggunaan teknologi

dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak terhadap stabilitas moneter, sistem keuangan, dan/ atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

3. Neobank

Secara umum, neobank beroperasi secara *online* dengan menggunakan aplikasi, *software* dan teknologi lain melalui *mobile* dan menyediakan layanan perbankan *online*. Menurut POJK No.12/ POJK.03/2021, definisi bank digital adalah bank berbadan hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat, atau menggunakan kantor fisik yang terbatas.

4. Digital Asset

Digital Asset mengacu pada komoditi tidak berwujud yang berbentuk aset digital yang diperdagangkan sebagai instrumen investasi.

5. Inovasi Keuangan Digital (IKD)

Menurut POJK No. 13/POJK.02/2018, IKD diartikan sebagai aktivitas pemutakhiran proses bisnis, model bisnis, dan instrumen keuangan yang memberikan nilai tambah baru di sektor jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital.

Hingga April 2023, OJK mencatat terdapat 15 sub-klaster IKD, yaitu:

- ***Aggregator***, situs web atau aplikasi yang membantu nasabah untuk memperoleh informasi mengenai produk dan layanan jasa keuangan dengan menghimpun informasi, menyaring dan memperbandingkan produk dan layanan antar-Lembaga Jasa Keuangan (LJK) secara digital.
- ***Credit Scoring*,** lembaga atau badan yang mengolah data selain data kredit atau turunannya dengan menggunakan algoritma tertentu melalui teknologi informasi untuk menghasilkan nilai atau huruf yang menunjukkan asesmen kelayakan seseorang untuk menerima layanan di Bidang Jasa Keuangan.

- **E-KYC**, *platform* yang membantu menyediakan jasa identifikasi dan verifikasi yang dilakukan terhadap calon nasabah/nasabah dengan menggunakan data yang berasal dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil).
- ***Financial Planner***, *platform* yang membantu individu dalam merencanakan keuangan dengan memberikan rekomendasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan produk dan layanan jasa keuangan yang didasarkan pada profil pengguna untuk tercapainya tujuan keuangan.
- ***Financing Agent***, layanan berbasis web atau aplikasi yang membantu LJK menyalurkan pembiayaan kepada calon nasabah dan nasabah LJK tersebut.
- ***Funding Agent***, layanan berbasis web atau aplikasi yang membantu LJK sebagai *marketing platform* untuk mendapatkan nasabah pendanaan.
- ***Insurance Hub***, penyelenggara infrastruktur di bidang perasuransian yang dapat membantu distribusi dan pengajuan klaim asuransi.
- **InsurTech**, *platform* yang bekerja sama dengan pialang dan/atau perusahaan asuransi untuk memberikan layanan informasi, pembelian produk asuransi, dan layanan pengajuan klaim asuransi oleh nasabah/masyarakat secara *online* dan mempercepat proses klaim.
- ***Online Distress Solution***, *platform* yang memberikan jasa negosiasi nasabah peminjam dana yang kesulitan melunasi utangnya kepada kreditur.
- ***Property Investment Management***, *platform* penggalangan dana dari masyarakat secara *online* dalam bentuk skema pengelolaan hak atas suatu properti tanpa menciptakan derivatif untuk diperdagangkan di pasar sekunder.
- **RegTech - eSign**, *platform* penyelenggara sertifikat elektronik berinduk dari Kemenkominfo yang melayani sektor jasa keuangan dengan *output* berupa tanda tangan digital.
- **RegTech - PEP**, *platform* penyedia layanan yang mampu mendeteksi *high risk customer* (*Anti-Money Laundering*/AML) dengan memeriksa latar belakang (*Politically Exposed Persons*/PEP) setiap nasabah.
- ***Tax & Accounting***, *platform* yang membantu konsumen individu atau perusahaan dengan memberikan jasa penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi atau pelaporan pajak secara *online* sesuai ketentuan perpajakan.
- ***Authentication***, *platform* yang menyediakan layanan identifikasi dan verifikasi menggunakan data selain yang berasal dari Dukcapil.
- **WealthTech**, *platform* yang mengintegrasikan berbagai layanan produk keuangan dan penunjang yang disediakan oleh suatu Perusahaan Grup Konglomerasi dan Mitra Bisnisnya dalam satu aplikasi *mobile* untuk memudahkan dan membantu pengguna dalam mengakses serta mengelola keuangan mereka, antara lain perbankan, pembiayaan, asuransi, investasi, dan pendanaan.

B. Desain Survei

AFTECH melakukan AMS pada kuartal kedua 2023 untuk memahami lanskap industri Fintech dan pendapat anggotanya mengenai perkembangan ekosistem Fintech saat ini, kemajuan kerangka kebijakan dan regulasi, serta faktor pendorong industri Fintech. AMS 2022/2023 terdiri atas lima bagian utama yang diuraikan lebih lanjut di bagian Analisis Penelitian.

Pada saat menyusun daftar pertanyaan kuesioner, tim Sekretariat AFTECH merasa pembahasan mengenai kondisi Fintech setelah pandemi COVID-19 tidak lagi relevan. Pada tahun ini, pembahasan baru yang dimasukkan ke AMS adalah tentang kesetaraan gender dan juga analisis mengenai *tech winter*. Hal tersebut dimuat dalam laporan ini untuk memberikan pandangan terbaru tentang industri Fintech.

298,6341
174,6748
162,7432
159,8739
148,7563
139,5848
128,2941
257,9386

Pengumpulan Data

Kuesioner AMS 2022/2023 diedarkan secara *online* kepada semua anggota AFTECH pada kuartal kedua 2023. Terdapat 75 responden yang berpartisipasi. Kuesioner tersebut mencakup sejumlah pertanyaan wajib dan non-wajib. Pertanyaan non-wajib umumnya terkait dengan investasi, sedangkan pertanyaan wajib terkait dengan opini responden. Respons atas pertanyaan non-wajib bervariasi dan bergantung pada sejauh mana kenyamanan responden dalam menjawab.

Penting untuk diperhatikan bahwa beberapa pertanyaan dengan alternatif jawaban beberapa opsi, yang mana responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Oleh karena itu terdapat kemungkinan beberapa pertanyaan persentasenya dapat melebihi 100% jika dihitung secara kumulatif. Sebagai tambahan, beberapa anggota memilih tidak menjawab sejumlah pertanyaan, sehingga laporan akan mencakup analisis dari responden yang menjawab.

Berbeda dengan laporan AMS 2021, laporan AMS 2022/2023 dilengkapi dengan *insight* dari industri Fintech. *Insight* tersebut didapat melalui wawancara mendalam dengan beberapa anggota AFTECH mengenai beberapa topik yang dibahas pada laporan kali ini. Hal ini ditujukan untuk menambah kedalaman pembahasan dan menggambarkan wawasan para pelaku di industri Fintech.

Analisis Penelitian

Laporan AMS AFTECH menggabungkan penggunaan penelitian primer dan sekunder dalam menganalisis data. Bagian pertama mengenai gambaran industri Fintech disusun menggunakan penelitian sekunder. Namun, bagian lain dari laporan ini menggunakan data hasil survei. Analisis survei tersebut juga menunjukkan wawasan yang AFTECH peroleh melalui pengalaman bertahun-tahun mewakili industri Fintech di Indonesia.

Pembahasan dalam laporan ini dibagi menjadi lima topik utama:

1. **Tinjauan dan Lanskap Industri Fintech**, meliputi tinjauan bisnis anggota AFTECH berdasarkan klaster, pendorong pertumbuhan ekosistem Fintech Indonesia dan tingkat kematangan saat ini dari setiap vertikal bisnis di sub-klaster Fintech. Selain itu, topik utama ini juga membahas karakteristik dan pengembangan bisnis responden perusahaan Fintech dari beberapa lensa, yaitu rencana bisnis, pengguna, segmen pelanggan, struktur tim dan kemitraan.

2. **Tren investasi Fintech**, berfokus pada perkembangan terbaru dalam pendanaan yang berhasil dikumpulkan oleh perusahaan Fintech Indonesia.

3. **Pandangan tentang Regulasi dan Penerapan Tata Kelola yang baik**, membahas persepsi kerangka regulasi saat ini yang menaungi industri Fintech dan tantangan dalam memenuhi kepatuhan terhadap peraturan sesuai prinsip *good governance, risk management, and compliance* (GRC). Selain itu, topik utama ini juga menyoroti topik-topik terkini yang relevan di ekosistem Fintech seperti manajemen data, *disaster recovery plan* (DRP), keamanan siber, keluhan pelanggan, perlindungan data, dan standar industri.

4. **Inklusivitas**, membahas kesenjangan keahlian di industri Fintech dan kesetaraan gender saat ini di industri Fintech; dan juga kesenjangan yang ada dalam melayani wilayah perdesaan dan perkotaan.

5. **Implementasi Strategi Inklusi Keuangan**, termasuk inisiatif korporasi dan dukungan Pemerintah untuk meningkatkan tingkat inklusi keuangan, edukasi dan literasi keuangan, serta tantangan yang ada dalam menangani segmen masyarakat *unbanked* dan *underbanked*.

Selain itu, pada AMS 2022/2023 juga terdapat pembahasan dan analisis khusus mengenai peran perempuan dalam industri Fintech. Hal ini merupakan kerja sama AFTECH dengan Women's World Banking.

BAB 4
TINJAUAN INDUSTRI FINTECH

Masifnya pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia tak lepas dari disrupsi teknologi yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan SEA e-Conomy 2022 dari Google, Temasek, Bain & Company, nilai ekonomi digital Indonesia tercatat mencapai US$77 miliar pada 2022 atau sekitar 5,8% dari Produk Domestik Bruto (PDB) 2022[1]. Angka tersebut diperkirakan akan terus meningkat hingga mencapai kisaran US$220-360 miliar pada 2030 atau sekitar 9-15% dari PDB 2030[2]. Ekonomi digital bukan hanya akan terus berkembang secara absolut, tetapi juga meningkat secara relatif dibandingkan dengan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Di tengah pertumbuhan ekonomi digital, perkembangan Industri Fintech di Indonesia juga terus meningkat. Jumlah perusahaan Fintech yang terdaftar sebagai anggota AFTECH tercatat meningkat menjadi 366 anggota pada 2022, dari sebelumnya 352 anggota pada 2021 dan 302 anggota pada akhir 2020.

Industri Fintech di Indonesia juga cukup mendominasi di Asia Tenggara. Sekitar 33% dari total pendanaan perusahaan Fintech di Asia Tenggara pada sembilan bulan pertama 2022 masuk ke Indonesia, terbesar kedua setelah Singapura yang meraih 43% dari total pendanaan. Dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, jumlah pendanaan yang masuk ke Indonesia meningkat sekitar 11%.

Peningkatan pendanaan Fintech di Indonesia pada 2022 menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap industri Fintech Tanah Air. Perkembangan tersebut berlawanan arah dengan bisnis *startup* dunia yang justru terguncang akibat perlambatan ekonomi global.

Kondisi ketidakpastian situasi geopolitik dan kenaikan suku bunga berdampak terhadap menurunnya pendanaan terhadap *startup*, sehingga para *founder startup* kesulitan mencari modal untuk mengembangkan bisnisnya. Fenomena tersebut dikenal sebagai *tech winter*, ditandai dengan industri perusahaan rintisan (*startup*) melambat karena kesulitan pendanaan.

Menurut laporan Nikkei Asia, pendanaan perusahaan rintisan di Asia Tenggara pada 2022 tercatat US$17,79

1 Google, Temasek, Bain & Company, diakses dari ttps://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2022/
2 Berdasarkan proyeksi dari IMF World Economic Outlook April 2023 dan Katadata Insight Center

miliar[3], turun 31% dibandingkan dengan pendanaan pada 2021 sebesar US$25,75 miliar. *Tech winter* mengakibatkan kondisi keuangan sejumlah *startup* memburuk. Dampaknya, para *founder startup* mengambil beberapa langkah efisiensi, termasuk *layoff*.

Terlepas dari situasi tersebut, meningkatnya pendanaan pada 2022 menunjukkan potensi pasar industri Fintech Indonesia masih tinggi. Beberapa faktor utama yang mendukung, seperti meningkatnya penetrasi internet, masyarakat lebih *digital-savvy*, dan kondisi literasi digital yang konsisten membaik.

Pertumbuhan industri Fintech Indonesia yang berkelanjutan diharapkan mampu membantu meningkatkan inklusi keuangan. World Bank menyebutkan hingga saat ini terdapat 97,74 juta penduduk dewasa di Indonesia yang termasuk kategori *unbanked* atau belum mempunyai akses ke layanan keuangan perbankan[4].

Kondisi tersebut menjadi peluang bagi perusahaan Fintech untuk menawarkan produk dan layanan yang lebih terjangkau, prosedur yang lebih cepat dan efisien, serta berbagai fitur inovatif. Layanan dari perusahaan Fintech juga menawarkan solusi terintegrasi dalam ekosistem ekonomi digital, seperti perbankan, lembaga keuangan bukan bank, perusahaan teknologi (*e-commerce* dan *ride hailing*), dan perusahaan lainnya.

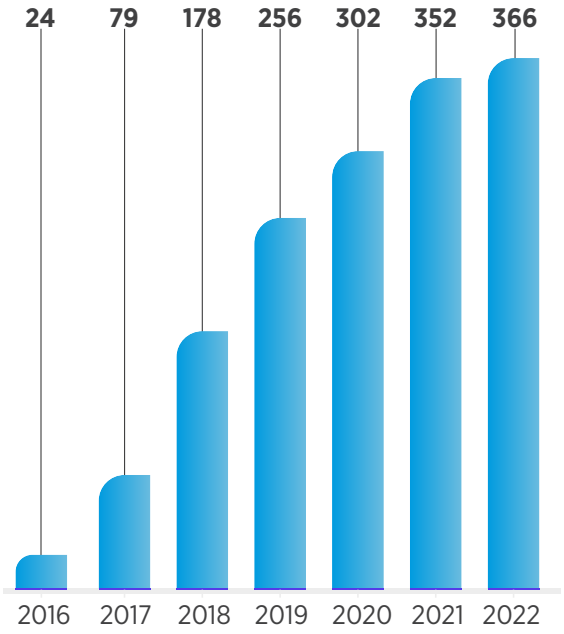
A. Tinjauan Bisnis

Total anggota AFTECH hingga akhir 2022 telah mencapai 366 perusahaan, yang terdiri atas 102 perusahaan Fintech pinjaman *online*, 84 Fintech inovasi keuangan digital, 39 Fintech sistem pembayaran, 6 perusahaan pasar modal, 4 Fintech aset digital, 13 perusahaan partner teknologi, 8 institusi keuangan, dan 79 perusahaan lainnya.

Sejalan dengan pertumbuhan jumlah Fintech tersebut, investasi di sektor ini juga meningkat. Pada 2022, setidaknya tercatat empat perusahaan Fintech menyandang status *unicorn* dari sembilan *startup unicorn* di Indonesia.

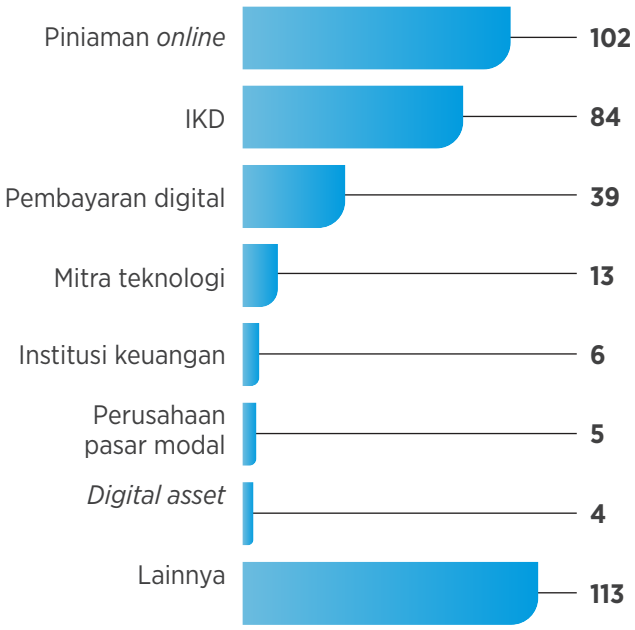
3 Nikkei Asia, diakses dari https://asia.nikkei.com/Business/Startups/ASEAN-startup-fundraising-slumped-in-2022-but-still-up-from-2019
4 World Bank, diakses dari https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex

Grafik 4.1 Anggota AFTECH pada (2018-2022)



Sumber: Sekretariat AFTECH

Grafik 4.2 Anggota AFTECH Berdasarkan Klaster (2022)



Sumber: Sekretariat AFTECH

Berdasarkan klaster model bisnis pelaku Fintech, tiga model bisnis terbesar anggota AFTECH adalah pinjaman *online* 102 anggota (30%), IKD 88 anggota (25,88%), dan pembayaran digital 40 anggota (11,76%). Secara lebih detail, berikut model bisnis anggota AFTECH:

B. Penggerak Pertumbuhan

Berdasarkan tren dalam beberapa tahun terakhir, pesatnya pertumbuhan industri Fintech di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: (i) jumlah penduduk usia kerja; (ii) ekonomi berbasis internet; (iii) penetrasi internet; (iv) peluang dari jumlah populasi *unbanked* dan *underbanked*; (v) literasi dan inklusi keuangan, serta literasi dan inklusi digital; (vi) lingkungan regulasi yang kondusif; serta (vii) investasi di Fintech.

Penduduk Usia Kerja

Mengacu pada struktur penduduk berdasarkan usia, Indonesia diperkirakan memasuki masa bonus demografi pada 2020-2045, yakni lebih dari separuh penduduk dewasa tergolong sebagai angkatan kerja. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terdapat 143,7 juta jiwa angkatan kerja pada Agustus 2022[5] atau mencapai 68,6% dari jumlah penduduk usia kerja.

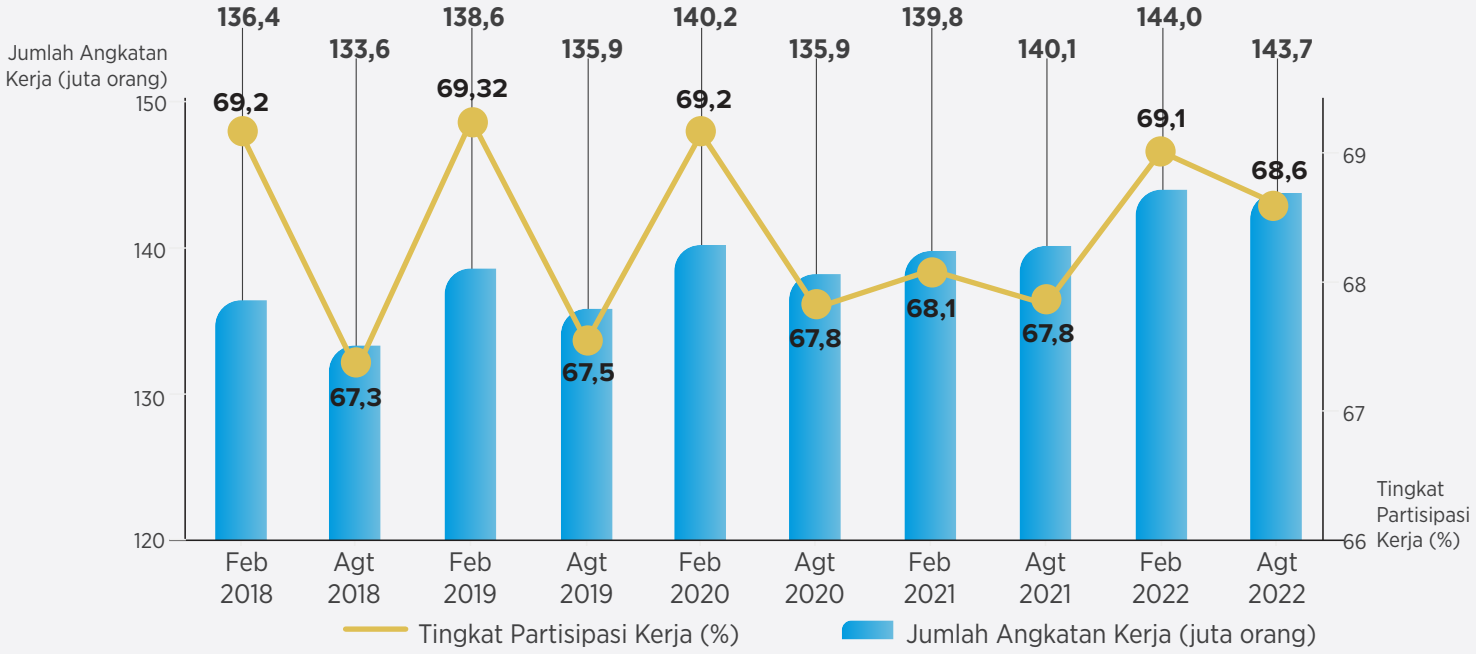
Proporsi penduduk usia kerja Indonesia terhadap total penduduk juga terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan tersebut menjadi peluang bagi para perusahaan Fintech, sebagai sumber daya maupun sebagai pangsa pasar

Ekonomi Berbasis Internet

Sejalan dengan potensi penduduk usia kerja yang besar, kondisi ekonomi berbasis internet Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang pesat. Indonesia merupakan negara ekonomi internet terbesar di Asia Tenggara dengan tingkat pertumbuhan paling cepat dibandingkan dengan negara lain di kawasan.

5 Badan Pusat Statistik, diakses https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/11/07/1916/agustus-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-86-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-07-juta-rupiah-per-bulan.html

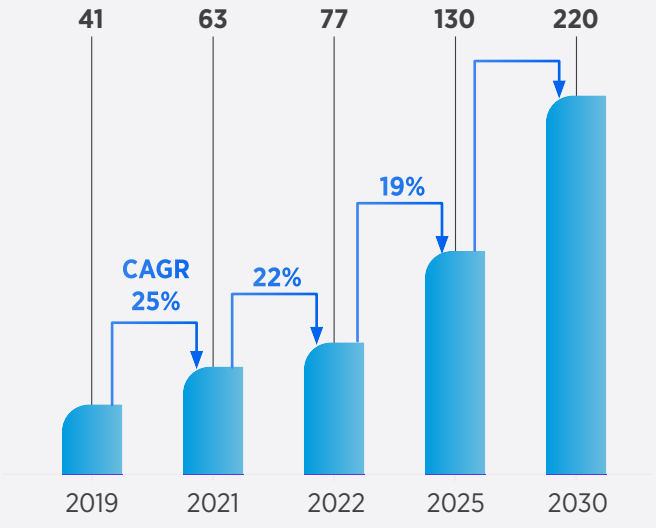
Grafik 4.3 Jumlah Angkatan Kerja dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Indonesia (2018-2022)



Sumber: BPS

Gross Merchandise Value (GMV) internet Indonesia mencapai US$77 miliar pada 2022, tumbuh 22% dibanding tahun sebelumnya. Nilai tersebut diperkirakan mencapai US$220-360 miliar pada 2030. Sejalan dengan itu, industri Fintech juga diperkirakan ikut bertumbuh.

Grafik 4.4 GMV Ekonomi internet Indonesia, 2019-2030 (Dalam US$ miliar)



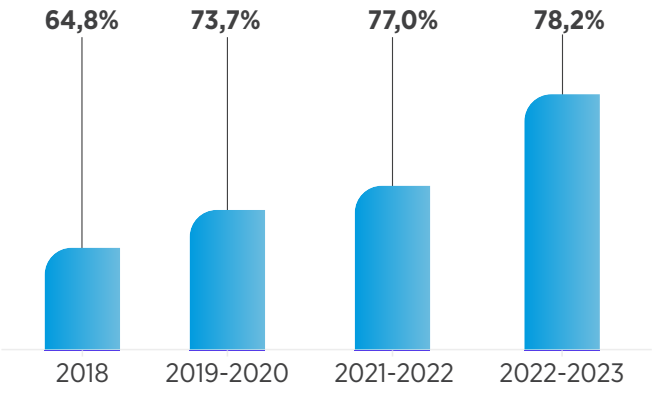
Sumber: e-Conomy SEA 2022

Penetrasi Internet

Pertumbuhan ekonomi internet turut didukung beberapa faktor, seperti perbaikan penetrasi internet dan infrastruktur digital. Sejalan dengan ekonomi internet yang diperkirakan terus tumbuh, penetrasi internet di Indonesia juga meningkat. Statistik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 215,6 juta orang, atau setara dengan 78,2% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,8 juta jiwa pada periode 2022-2023.

Pemerintah Indonesia juga telah berupaya meningkatkan kualitas infrastruktur digital. Dalam laporan East Ventures – Digital Competitiveness Index (EV-DCI) 2023, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi menyatakan Pemerintah terus mendorong perusahaan telekomunikasi aktif membangun infrastruktur jaringan sampai ke daerah pelosok. Pemerintah juga terlibat dalam penyediaan jaringan tulang punggung (*backbone*) melalui proyek Palapa Ring dan satelit multifungsi Satria. Di sisi hilir, pemerintah bekerja sama dengan berbagai mitra untuk mengadakan pelatihan keterampilan teknologi digital[6].

Grafik 4.5 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia, (2018-2023)



Sumber: APJII

Laporan tersebut juga mencatat infrastruktur sebagai salah satu faktor penting dalam mendukung daya saing digital di Indonesia. Infrastruktur sebagai salah satu dari sembilan pilar penyusun indeks EV-DCI konsisten mencatatkan skor tertinggi dalam empat tahun terakhir. Hal ini menunjukkan semakin berkurangnya kesenjangan infrastruktur antardaerah di Indonesia.

Peluang dari Jumlah Populasi *Unbanked* dan *Underbanked*

Terlepas dari bonus demografi dan kondisi pertumbuhan ekonomi digital yang menjadi peluang besar dalam mendukung pertumbuhan industri Fintech, ternyata belum semua penduduk memiliki akses ke produk keuangan.

World Bank mencatat saat ini baru ada 52% orang dewasa di Indonesia yang memiliki akses ke rekening bank[7]. Artinya, hampir separuh penduduk dewasa Indonesia tergolong kelompok *unbanked* atau tidak memiliki akses ke rekening bank. Di antara penduduk *unbanked* tersebut, sebanyak 36% menyebut jarak merupakan penghalang untuk mendapatkan akses ke rekening bank, dan 55% penduduk tersebut memiliki ponsel.

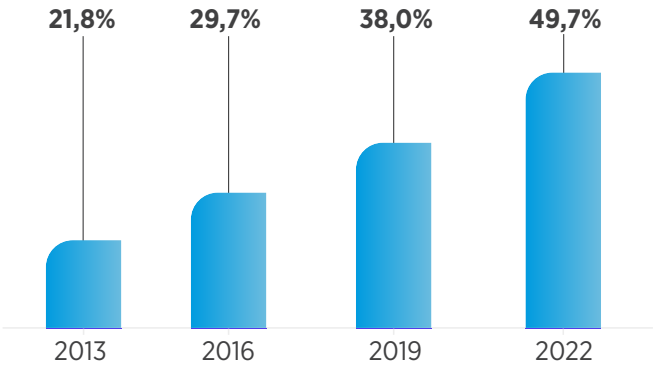
Kondisi ini merupakan peluang bagi industri Fintech untuk menjangkau kelompok *unbanked*. Meskipun tidak memiliki akses ke rekening bank, kepemilikan ponsel merupakan peluang bagi perusahaan Fintech untuk menawarkan jasa keuangan digital. Selain itu, sebagian besar penduduk dewasa yang memiliki rekening bank merupakan kelompok *underbanked* atau memiliki akses terbatas ke layanan keuangan. Oleh karena itu, kelompok *unbanked* dan *underbanked* merupakan target pasar potensial bagi pelaku Fintech.

Literasi Keuangan dan Digital

Meskipun hampir setengah penduduk Indonesia masih tergolong *unbanked*, Pemerintah terus berusaha mendorong masyarakat agar lebih paham dan memiliki akses terhadap produk keuangan. Pandemi COVID-19 pada 2020 menjadi salah satu katalis kenaikan tingkat literasi keuangan di Indonesia.

Survei OJK mencatat indeks literasi keuangan konsisten meningkat dari 2013 hingga 2022. Pada 2022, indeks literasi keuangan tercatat sebesar 49,7%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin memahami berbagai jenis produk dan layanan keuangan. Peningkatan tersebut tentunya mengurangi berbagai risiko termasuk penipuan.

Grafik 4.6 Indeks Literasi Keuangan (2013-2022)

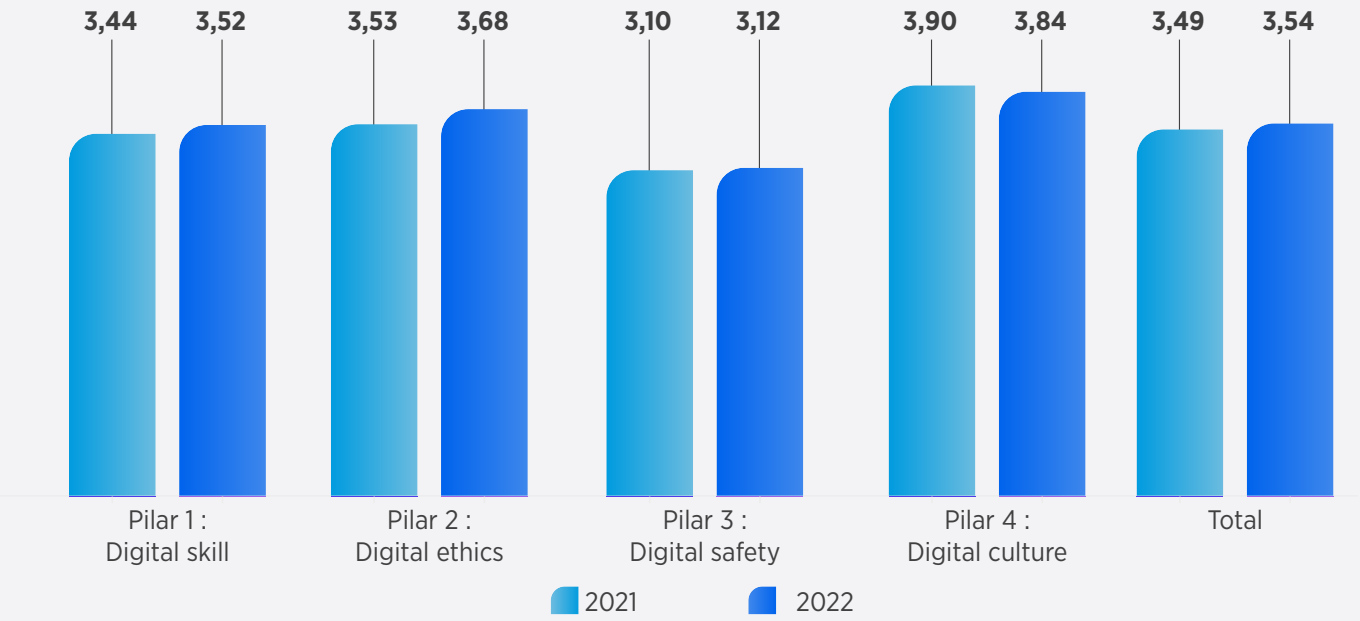


Sumber: OJK

Bersamaan dengan literasi keuangan, literasi digital penting dalam mendorong pertumbuhan industri Fintech di Indonesia. Laporan Status Literasi Digital 2022 Kemenkominfo mencatat bahwa tingkat literasi digital Indonesia pada 2022 meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu dari 3,49 menjadi 3,54 (dalam skala 1-4). Di antara empat pilar penyusun, tiga di antaranya mengalami peningkatan skor. Peningkatan tersebut menunjukkan naiknya tingkat kecakapan dan pengetahuan digital masyarakat Indonesia.

6 East Ventures, diakses dari https://east.vc/id/reports/east-ventures-digital-competitiveness-index-2023/
7 World bank, diakses dari https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex

Grafik 4.7 Indeks Literasi Digital (2021-2022)



Sumber: Kemenkominfo & KIC

Di balik peningkatan skor tersebut, masih terdapat ruang untuk perbaikan dan peningkatan bagi literasi digital. Salah satu temuan menarik dari Laporan Status Literasi Digital 2022 adalah baru sekitar separuh responden memiliki kebiasaan baik terhadap perlindungan data pribadi. Padahal, Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi yang disahkan pada Oktober 2022 bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat serta menjamin pengakuan dan penghormatan atas pentingnya perlindungan data pribadi. Hal tersebut menunjukkan masih rendahnya pemahaman dan kemampuan sebagian masyarakat terhadap sistem perlindungan data pribadi.

Seiring dengan semakin matangnya masyarakat digital di Indonesia, peningkatan berkelanjutan pada status literasi digital nasional menjadi salah satu pilar pendukung inklusi keuangan, khususnya inklusi keuangan digital di Indonesia.

Lingkungan Regulasi yang Kondusif

Bank Indonesia (BI) dan OJK, dua regulator yang menjaga stabilitas industri keuangan, ikut berperan dalam bertumbuhnya industri Fintech Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, BI dan OJK telah mengimplementasikan *light touch regulation* dan *safe harbor policy* yang mendukung perkembangan positif industri Fintech di Indonesia.

Seiring dengan mulai tumbuhnya industri Fintech, BI meresmikan Fintech Office pada 2016. Ini ditujukan sebagai wadah *assessment* mitigasi risiko dan evaluasi layanan Fintech. Dalam upaya memastikan perkembangan Fintech sebagai inovasi di sektor jasa layanan keuangan, BI dan OJK masing-masing meluncurkan *regulatory sandbox* Fintech pada 2017 dan 2018. Secara umum, *regulatory sandbox* merupakan mekanisme pengujian terhadap *startup* dalam masa tertentu untuk dinilai keandalan produk, layanan, dan model bisnisnya.

OJK meluncurkan Pusat Inovasi Fintech digital untuk membangun ekosistem keuangan digital di Indonesia pada 2018. BI juga meluncurkan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 pada 2019 untuk menciptakan ekosistem ekonomi dan keuangan digital yang sehat. Mulai 2020, BI meluncurkan standar *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik. Pada 2021, BI juga meluncurkan BI Standar Nasional Open API Pembayaran (BI-SNAP) sebagai standarisasi Open API di antara entitas dalam kegiatan berbagi data.

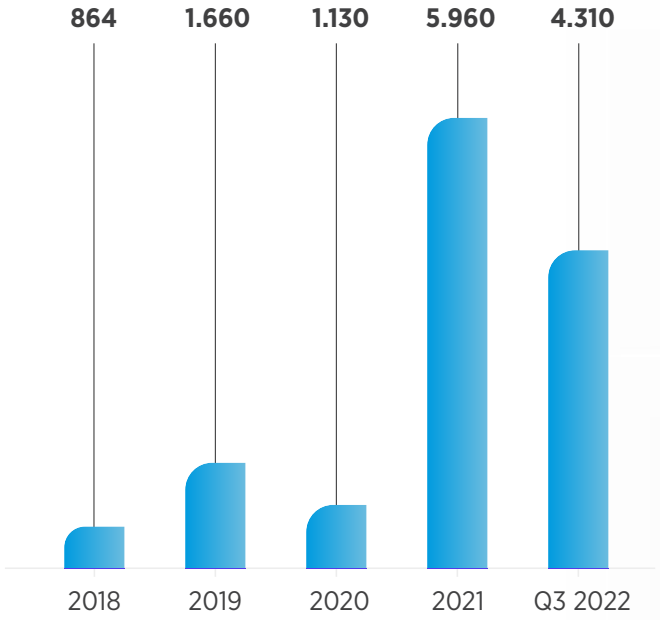
Investasi

Perusahaan Fintech di Indonesia mengumpulkan investasi lebih dari US$8,9 miliar melalui 194 kesepakatan pada periode 2018-Q3 2022. Pada 2022 saja, investasi Fintech di Indonesia mencapai US$1,4 miliar melalui 41 kesepakatan. Sekitar 43% dari angka investasi tersebut ditanamkan pada subsektor pembayaran.

C. Tingkat Kematangan

Startup Fintech di berbagai kategori mengalami dinamika yang berbeda di pasar. Kematangan industri dianalisis melalui tiga indikator utama: angka pertumbuhan (volume atau nilai transaksi, akuisisi pengguna, dan lainnya), jumlah pelaku yang beroperasi dalam subsektor, dan lingkungan regulasi sektor terkait. Tingkat kematangan startup Fintech tersebut dikategorikan menjadi empat level: pertumbuhan, pergerakan (*shake-out*), matang, dan penurunan.

Grafik 4.8 Nilai investasi di Sektor Fintech ASEAN, 2018-Q3 2022 (dalam US$ juta)

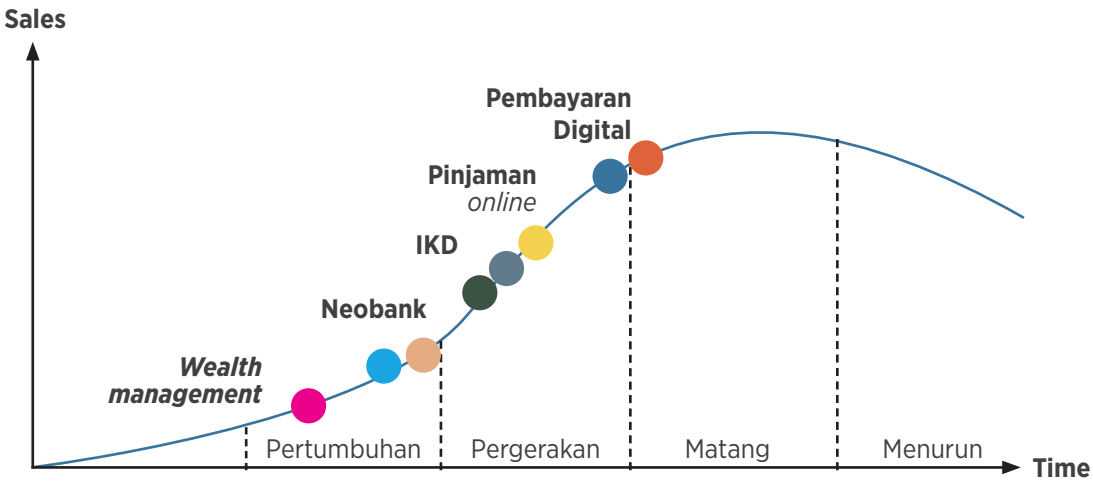


Sumber: United Overseas Bank (UOB)

Tabel 4.1 Tingkat kematangan Fintech untuk setiap vertikal bisnis, 2022

Klaster Fintech	Tingkat Kematangan	Keterangan
Pembayaran digital	Matang	Pembayaran Digital dinilai memiliki tingkat kematangan paling tinggi dibandingkan dengan klaster Fintech lainnya. Penggunaan aplikasi pembayaran digital baik melalui dompet digital maupun uang elektronik terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, pembayaran secara cashless juga mulai berkembang menjadi tren di masyarakat. Perkembangan klaster ini turut didukung oleh regulasi terkait, seperti Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 dan Blueprint Pengembangan Pasar Uang 2025. BI juga terus memperluas penggunaan QRIS melalui kerja sama dengan empat negara ASEAN. Selain itu, klaster pembayaran digital (43%) mendominasi pendanaan Fintech di Indonesia pada Q1-Q3 2022.
Pinjaman *online*	Matang	Pinjaman *online* memiliki tingkat kematangan tertinggi kedua karena pesatnya peningkatan jumlah transaksi dan pemain, serta lingkungan regulasi yang mapan di sektor ini. Ekonomi internet menawarkan potensi untuk layanan pinjaman digital, terutama untuk UMKM dan masyarakat kurang mampu. Klaster pinjaman *online* merupakan salah satu klaster yang paling lama berdiri dengan beberapa peraturan pendukung. OJK juga terus mendukung pertumbuhan klaster ini melalui pengawasan terhadap aksi pinjaman *online* ilegal. Klaster ini menjadi penerima pendanaan Fintech terbesar ke-3 di Indonesia (12%) pada Q1-Q3 2022.
Inovasi Keuangan Digital (IKD)	Pergerakan	Jumlah perusahaan Fintech dengan model bisnis IKD terus bertumbuh sejak *regulatory sandbox* pertama kali diperkenalkan pada 2019. Hingga akhir April, OJK mencatat 105 perusahaan IKD yang terbagi ke dalam 15 klaster.
Neobank	Pertumbuhan	Model bisnis Neobank relatif baru saja berkembang, dan peraturan yang relevan dengan model bisnis ini, khususnya POJK yang juga mengatur aktivitas digital bank, cenderung baru diterbitkan. Klaster ini memiliki ruang besar untuk tumbuh di masa depan bagi populasi yang tidak memiliki rekening bank (*unbanked*). Apalagi, saat ini Neobank bersaing dengan bank konvensional di pasar ritel, di mana hal ini masih jauh untuk menjangkau pasar korporasi di masa depan.
Wealth management	Pertumbuhan	Pandemi COVID-19 berdampak terhadap meningkatnya permintaan pasar terhadap jasa layanan untuk kelompok *high net worth individual* (HNWI). Ini mendorong pertumbuhan klaster *wealth management*.

Grafik 4.9 Tingkat Kematangan Klaster Fintech



Sumber: United Overseas Bank (UOB)

Pertumbuhan. Pada fase ini, berbagai kategori/model bisnis Fintech perlahan mulai menggalang daya tarik pasar. Secara keseluruhan, tergantung pada sejauh mana fase pertumbuhan, pengalaman *startup* berkisar dari peningkatan pendapatan hingga peningkatan profitabilitas.

Pergerakan. Fase pergerakan dicirikan oleh tingginya fragmentasi pemain pada tahap awal dan dilanjutkan dengan konsolidasi pemain pada tahap selanjutnya. Sebagaimana sektor ini bergerak maju untuk mencapai kematangan, pemain lebih kecil dan kurang berkembang secara alami akan kalah dari pemain yang lebih besar dan lebih maju melalui berbagai *exit strategy*.

Matang. Konsolidasi pasar ke beberapa *leading players* dan menurunnya tingkat pertumbuhan adalah beberapa ciri subsektor dalam fase matang. Pada tahap ini, sektor tersebut telah mencapai kejenuhan yang cukup besar dan pendatang baru ke pasar sering menghadapi tantangan signifikan dalam memperoleh pangsa pasar.

D. Lanskap Fintech

Melanjutkan dari tinjauan industri Fintech dan pendorong pertumbuhannya, bagian Lanskap Fintech akan membahas karakteristik lanskap Fintech Indonesia, seperti lama beroperasi, lokasi usaha, pengguna utama, konsumen perempuan, penetrasi pasar, ekspansi pasar dan model bisnis, nilai transaksi, dan kemitraan.

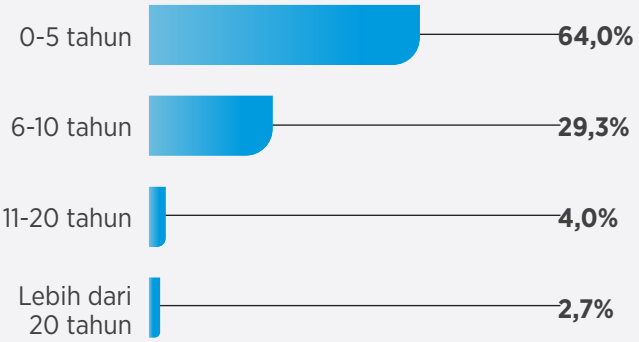
Lama Beroperasi

Informasi tentang usia perusahaan Fintech sangat penting dalam memahami tahap pertumbuhan dan potensi perkembangan industri Fintech. AMS 2022/2023 mencatat 64,0% pelaku Fintech yang tergabung dalam AFTECH baru berdiri dalam kurun waktu 0-5 tahun terakhir. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan Fintech di Indonesia masih berada dalam fase awal atau sebagai perusahaan rintisan (*startup*). Fase tersebut biasanya ditandai dengan peningkatan inovasi dan eksperimen dalam menciptakan produk atau layanan, serta mencari model bisnis yang paling tepat.

Pelaku Fintech yang masih dalam fase awal biasanya memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi sekaligus perkembangan pasar, dan mereka sering kali menjadi penggerak perubahan dalam industri. Mereka juga lebih berfokus pada pengembangan produk atau layanan, dan membutuhkan bantuan dalam hal akses ke pendanaan dan dukungan regulasi.

Sementara itu, sebanyak 29,3% pelaku Fintech telah beroperasi dalam 6-10 tahun terakhir, menunjukkan mereka telah berada dalam tahap pertumbuhan (*scale-up*). Perusahaan tersebut biasanya telah memiliki produk atau layanan yang terbukti serta berfokus pada ekspansi pasar dan operasional. Pelaku Fintech dalam fase menengah mungkin membutuhkan dukungan berbeda, seperti akses ke pasar baru atau bantuan dalam mengatasi tantangan operasional yang lebih kompleks.

Grafik 4.10 Periode Operasi Perusahaan Fintech (n=75)

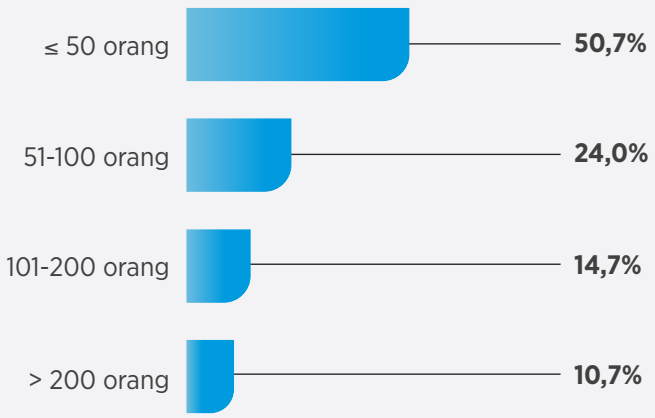


Sumber: AMS 2022/2023

Fase awal pelaku Fintech di Indonesia juga tercermin dari jumlah tenaga kerja yang mayoritas, yaitu sebanyak 50,7%, berjumlah kurang dari 50 tenaga kerja. Sementara itu, sebanyak 24,0% responden memiliki 51-100 tenaga kerja dan 14,7% memiliki 101-200 tenaga kerja. Hanya 10,7% pelaku Fintech yang mempekerjakan lebih dari 200 tenaga kerja.

Oleh karena itu, pemahaman tentang usia perusahaan Fintech dapat membantu regulator, investor, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menyediakan dukungan yang tepat, sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan pada fase pertumbuhan usaha yang berbeda-beda.

Grafik 4.11 Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan Fintech (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Lokasi Usaha

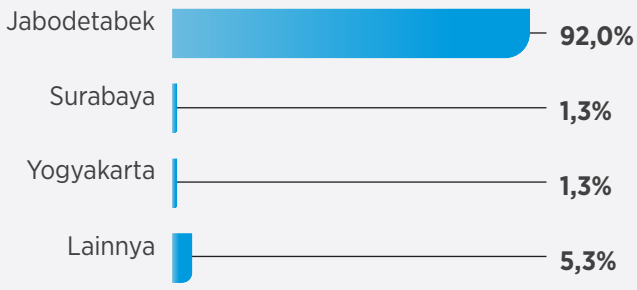
Lokasi pelaku Fintech sangat penting karena berhubungan erat dengan akses ke pasar, sumber daya, infrastruktur teknologi, dan ekosistem inovasi. Mayoritas pelaku Fintech di Indonesia, yaitu sebanyak 92%, berlokasi di Jabodetabek. Jabodetabek masih merupakan pusat ekonomi, politik, dan budaya negara, yang menyediakan akses ke pasar konsumen dan bisnis yang besar, infrastruktur teknologi yang canggih, dan ekosistem inovasi yang dinamis, termasuk talenta digital, universitas, pusat penelitian, dan komunitas perusahaan rintisan.

Lokasi lain, seperti Surabaya dan Yogyakarta, yang dipilih oleh masing-masing 1,3% dari pelaku Fintech, juga memiliki kepentingan khusus. Surabaya adalah pusat ekonomi kedua terbesar di Indonesia, dengan sektor bisnis yang kuat, sementara Yogyakarta dikenal sebagai pusat pendidikan dan budaya.

Namun, hanya 5,3% pelaku Fintech yang berlokasi di luar Pulau Jawa, menunjukkan adanya kesenjangan geografis dalam ekosistem Fintech di Indonesia. Kondisi tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk masih rendahnya pemerataan infrastruktur teknologi, terbatasnya akses ke pasar dan sumber daya, dan hambatan regulasi.

Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk meningkatkan dukungan dan insentif bagi pengembangan ekosistem Fintech di luar Jawa, termasuk pembangunan infrastruktur, program pelatihan dan pendidikan, dan relaksasi regulasi. Dukungan tersebut bisa mendorong pertumbuhan dan diversifikasi ekosistem Fintech di seluruh Indonesia, serta membantu dalam mencapai inklusi keuangan yang lebih luas.

Grafik 4.12 Lokasi Kantor Utama Perusahaan Fintech (n=75)



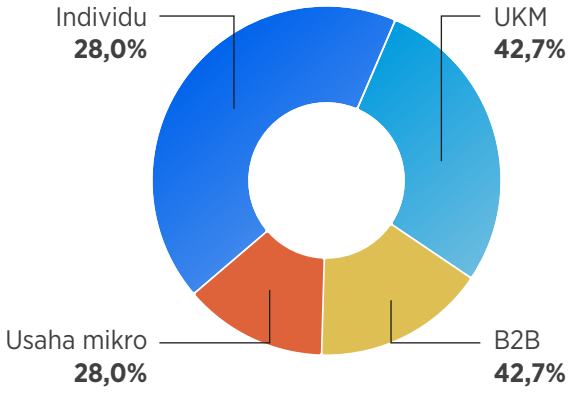
Sumber: AMS 2022/2023

Pengguna Utama

Berdasarkan hasil survei, fokus pada individu sebagai pengguna utama Fintech menunjukkan betapa pentingnya teknologi keuangan dalam membantu konsumen mencapai tujuan finansial. Individu menggunakan Fintech untuk berbagai alasan, termasuk mempermudah transaksi, mengelola keuangan pribadi, melakukan investasi, serta mengakses produk dan layanan keuangan yang sebelumnya tidak tersedia.

Sebanyak 42,7% responden mengindikasikan bahwa pengguna utama layanan Fintech adalah individu, dengan 70,8% dari pengguna individu yang berada dalam rentang usia 26-35 tahun dan diikuti oleh sebanyak 23,1% individu dalam rentang usia 36-50 tahun. Rentang usia tersebut biasanya mencakup profesional muda yang sudah akrab dengan teknologi dan membutuhkan solusi finansial yang cepat dan nyaman. Fintech menjadi inovasi penting dalam melayani kelompok demografis generasi muda yang *tech-savvy*, dan memiliki potensi pertumbuhan dan adopsi Fintech yang lebih tinggi lagi.

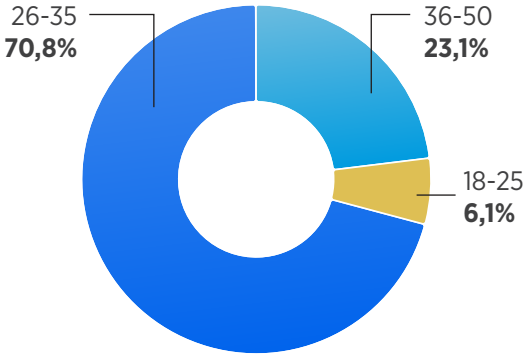
Grafik 4.13 Pengguna Utama Berdasarkan Segmen (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

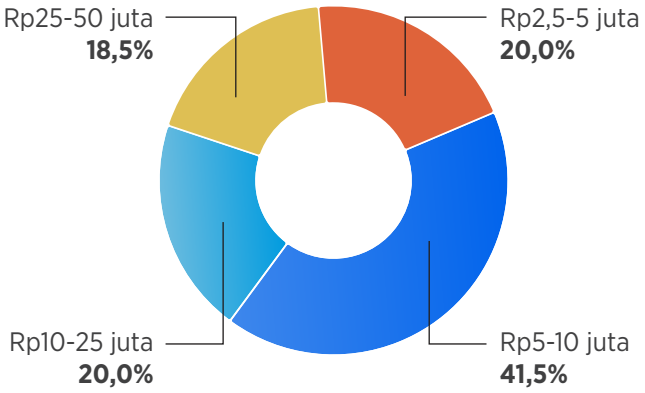
Penggunaan layanan Fintech juga signifikan di kalangan usaha kecil dan menengah (UKM) yang mencakup 28,0% pengguna, dan usaha mikro yang sebesar 13,3%. Hasil survei tersebut menggambarkan peran penting Fintech dalam mendukung inklusi keuangan dan pengembangan kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Berbagai model bisnis Fintech turut mendukung UMKM mulai dari menyediakan pinjaman atau pembiayaan modal usaha, membantu kemudahan transaksi, membantu pembukuan secara digital, hingga membantu penghitungan dan pelaporan pajak. Di samping itu, inisiatif QRIS dari bank Indonesia yang mayoritas dimanfaatkan oleh UMKM juga turut mendorong adopsi dan penggunaan Fintech secara masif[8].

Grafik 4.14 Pengguna Utama Berdasarkan Usia (n=65)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 4.15 Pengguna Utama Berdasarkan Pendapatan (n=65)



Sumber: AMS 2022/2023

8 CNN Indonesia, diakses dari https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230510134546-78-947741/bi-ungkap-254-juta-pebisnis-umkm-pakai-qris

Dalam hal pendapatan, sebagian besar pengguna layanan Fintech adalah individu dengan pendapatan antara Rp5-10 juta, yaitu mencakup 41,5% dari pengguna. Selanjutnya, pengguna layanan Fintech berasal dari kelompok dengan pendapatan Rp2,5-5 juta dan Rp10-25 juta, masing-masing sebesar 20,0%. Pengguna layanan Fintech yang cukup banyak datang dari kelompok masyarakat berpenghasilan menengah menjadi indikasi bahwa layanan Fintech menjadi alternatif layanan jasa keuangan bagi kelompok masyarakat *unbanked* dan *underbanked*. Oleh karena itu, Fintech memiliki potensi besar untuk mempromosikan inklusi keuangan di kalangan kelompok pendapatan tersebut.

Konsumen Perempuan

Pentingnya peningkatan inklusi dan partisipasi perempuan dalam sektor Fintech tidak dapat diabaikan. AMS 2022/2023 menunjukkan bahwa hanya 28% responden pelaku Fintech yang memiliki strategi khusus untuk menjangkau konsumen perempuan, sementara hanya 24% yang memisahkan preferensi berdasarkan gender, dan hanya 13,3% yang menawarkan produk khusus untuk perempuan.

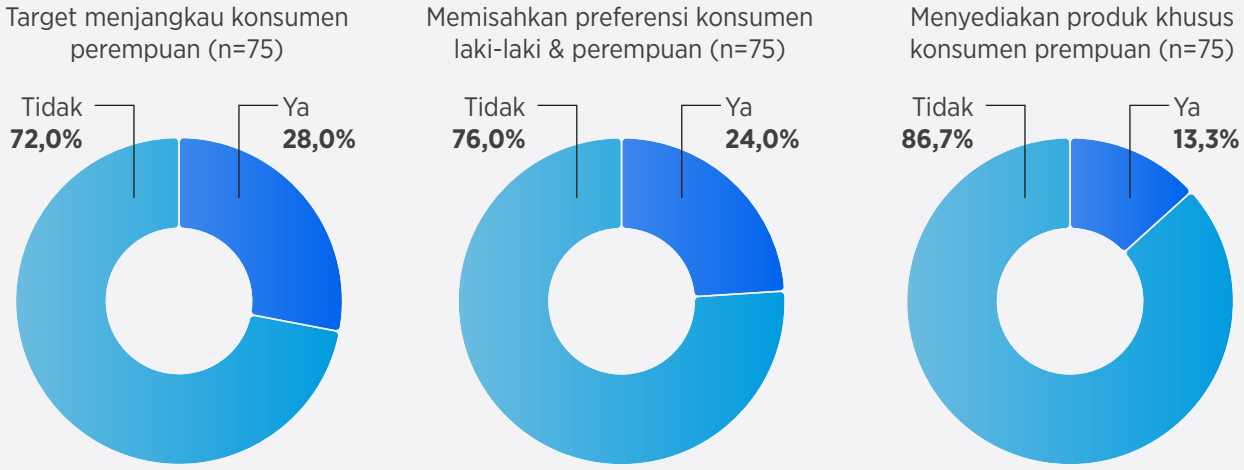
Perempuan memiliki kebutuhan finansial yang berbeda dan sering kali menghadapi tantangan unik dalam mengakses layanan keuangan. Sebagai contoh, perempuan memiliki lebih sedikit akses pada pendapatan formal dan layanan kredit, dan lebih cenderung menghadapi hambatan sosial dan budaya dalam mengakses dan menggunakan produk jasa keuangan. Oleh karena itu, menawarkan produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi perempuan tidak hanya dapat membantu memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga dapat membuka peluang baru bagi pelaku Fintech.

Selain itu, merancang produk dan layanan yang disesuaikan untuk perempuan dapat membantu perusahaan Fintech menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan mereka. Perempuan adalah pengguna yang potensial dan penting dalam ekonomi digital dan mereka dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan pengembangan industri Fintech.

Namun, penting untuk dicatat bahwa memahami dan memenuhi kebutuhan perempuan bukan hanya soal menawarkan produk atau layanan khusus. Pemahaman yang mendalam tentang penghalang yang dihadapi oleh perempuan dalam mengakses dan menggunakan layanan Fintech, serta upaya untuk mengatasi hambatan tersebut melalui pendidikan finansial, desain produk yang inklusif, dan strategi pemasaran yang efektif juga perlu dipahami para pelaku Fintech.

Bagi pelaku Fintech yang telah memiliki strategi diversifikasi layanan bagi pengguna perempuan,

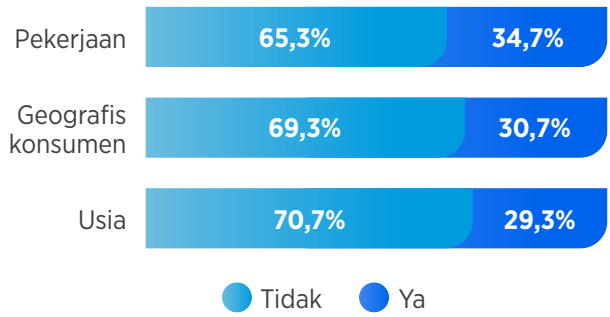
Grafik 4.16 Upaya Menjangkau Konsumen Perempuan



Sumber: AMS 2022/2023

sebanyak 34,7% menjalankan strategi berdasarkan jenis pekerjaan pengguna perempuan. Sementara itu, sebanyak 30,7% dan 29,3% memilih strategi yang berbeda dalam melayani pengguna perempuan berdasarkan pada lokasi geografis dan usia pengguna layanan Fintech perempuan.

Grafik 4.17 Perbedaan Strategi Layanan Konsumen Perempuan



Sumber: AMS 2022/2023

Penetrasi Pasar

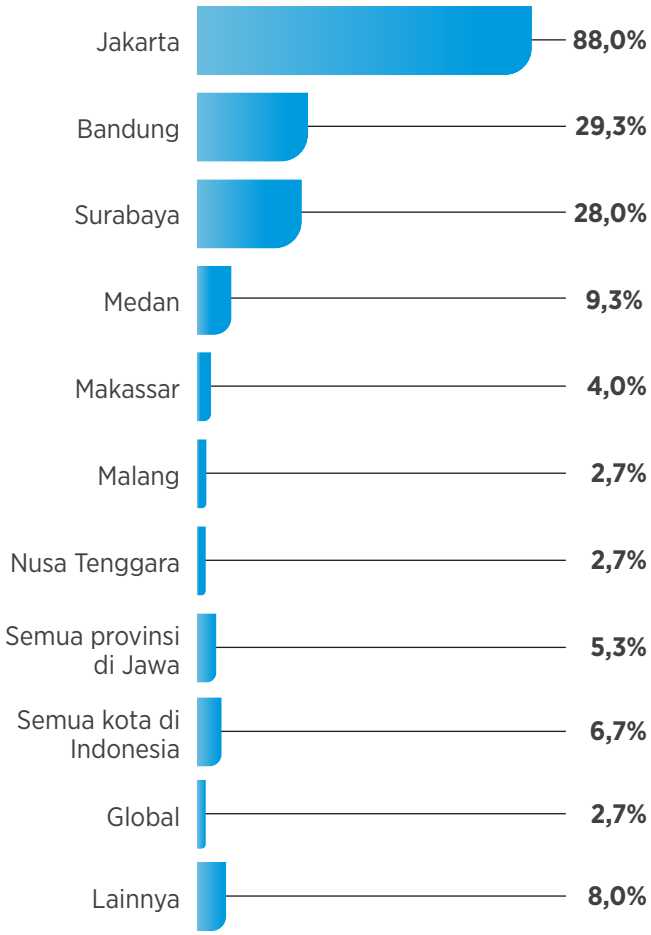
Sebagian besar perusahaan Fintech di Indonesia masih berkonsentrasi di Pulau Jawa. AMS 2022/2023 mencatat tiga besar pangsa pasar pelaku Fintech adalah Jakarta (88,0%), Bandung (29,3%), dan Surabaya (28,0%). Sebanyak 5,3% pelaku Fintech juga melayani pasar di seluruh pulau Jawa.

Peluang untuk ekspansi dan peningkatan inklusi keuangan di seluruh Indonesia masih terbuka lebar. Fakta bahwa hanya 6,7% perusahaan Fintech yang melayani seluruh kota di Indonesia menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan dan ekspansi di masa mendatang.

Fintech mempunyai kemampuan unik dalam mengatasi tantangan geografis dan infrastruktur yang dihadapi oleh sektor keuangan tradisional, memberikan layanan keuangan kepada masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau atau kurang dilayani. Meskipun fokus utama saat ini masih di area perkotaan besar, sebanyak 78,7% responden menyatakan yang telah melayani pengguna di luar Pulau Jawa dan sebanyak 60,0% juga melayani pengguna di area perdesaan.

Namun, mencapai penetrasi pasar yang lebih luas tidak hanya memerlukan perluasan geografis, tapi

Grafik 4.18 Pasar Utama Perusahaan Fintech (n=75)

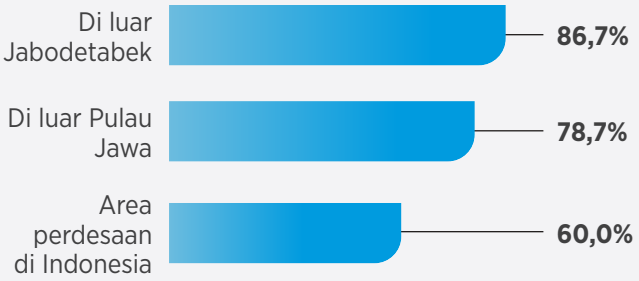


Sumber: AMS 2022/2023

juga pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan perilaku konsumen di berbagai daerah. Misalnya, kebutuhan finansial pengguna di area perdesaan mungkin berbeda dengan pengguna di area perkotaan. Penyesuaian produk dan layanan berdasarkan kebutuhan spesifik konsumen lokal dapat menjadi strategi efektif.

Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah daerah dan lembaga lokal juga penting untuk mempromosikan adopsi Fintech dan menciptakan ekosistem yang mendukung inklusi keuangan. Untuk meningkatkan penetrasi pasar, pelaku Fintech juga harus menangani tantangan seperti keterbatasan akses internet dan kurangnya literasi digital dan finansial di beberapa area, khususnya di luar Pulau Jawa dan di daerah perdesaan.

Grafik 4.19 Daerah Layanan Perusahaan Fintech (n=75)

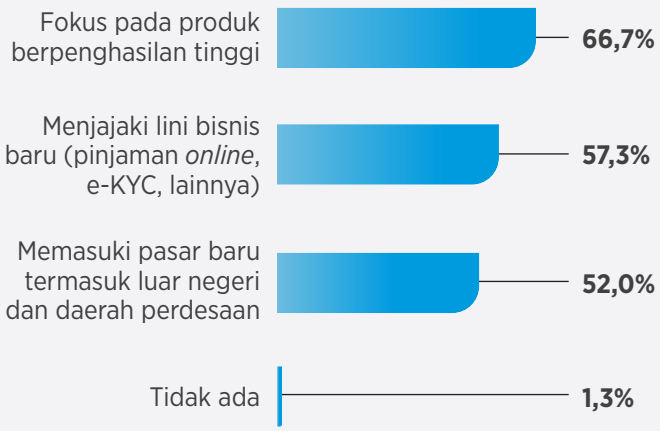


Sumber: AMS 2022/2023

Ekspansi Pasar dan Model Bisnis

AMS 2022/2023 melihat strategi operasional para pemain Fintech terkait pasar dan model bisnisnya. Untuk upaya meningkatkan pendapatan, tiga strategi utama para responden adalah fokus pada produk berpenghasilan tinggi (66,7%), menjajaki lini bisnis baru (57,3%), dan memasuki pasar baru termasuk luar negeri dan daerah perdesaan (52%).

Grafik 4.20 Upaya Peningkatan Pendapatan Perusahaan Fintech (n=75)

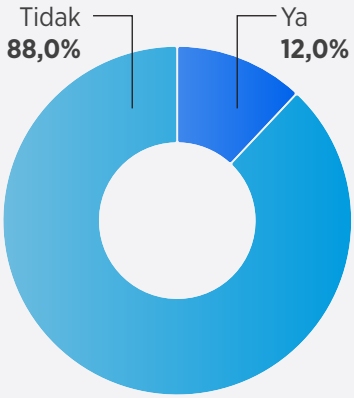


Sumber: AMS 2022/2023

Terkait lini bisnis baru, beberapa perusahaan Fintech pernah melakukan ekspansi model bisnis. Survei menunjukkan 12,0% responden mengubah model bisnis dan melakukan ekspansi usaha. Beberapa hal yang dilakukan, seperti berubah dari klaster pembayaran menjadi aggregator, memperbarui model risiko dan fitur produk, serta mengubah model bisnis untuk menjangkau sektor ekonomi baru.

Kondisi tersebut cukup berbeda dibandingkan dengan hasil AMS 2021, ketika industri Fintech masih terdampak pandemi COVID-19. Sebanyak 53% responden memilih menunda ekspansi bisnis sebagai langkah mitigasi untuk meminimalisasi dampak pandemi.

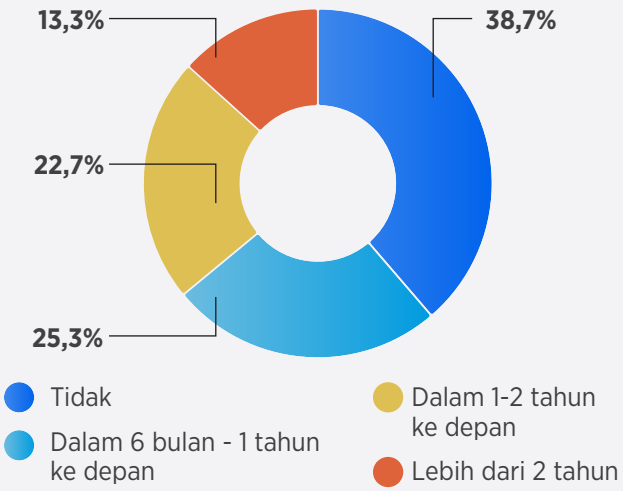
Grafik 4.21 Ekspansi/Perubahan Model Bisnis (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Terkait dengan ekspansi ke pasar baru, mayoritas responden menyatakan akan melakukan ekspansi layanan Fintech ke daerah perdesaan. Sebanyak 25,3% pelaku Fintech berencanan untuk melakukan ekspansi ke daerah perdesaan dalam kurun waktu 6 bulan-1 tahun ke depan, diikuti oleh 22,7% yang akan melakukan ekspansi dalam waktu 1-2 tahun ke depan dan 13,3% yang akan melakukan ekspansi setidaknya dalam 2 tahun ke depan. Di sisi lain, sebanyak 38,7% responden yang menyatakan belum ada rencana untuk ekspansi pasar ke daerah perdesaan.

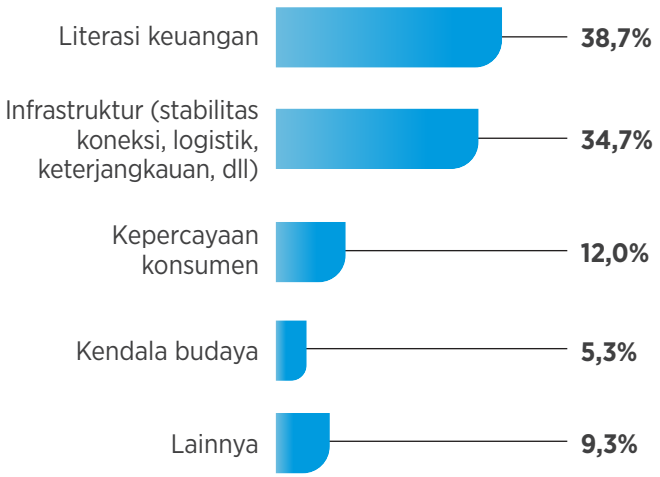
Grafik 4.22 Rencana Ekspansi ke Wilayah Perdesaan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Tidak adanya rencana ekspansi ke perdesaan dikarenakan beberapa faktor, seperti literasi keuangan di perdesaan yang masih rendah (38,7%), kondisi infrastruktur yang belum mumpuni (34,7%), dan tingkat kepercayaan konsumen di perdesaan yang masih rendah (12,0%). Selain itu, terdapat beberapa faktor pendukung lainnya, seperti kendala perbedaan budaya, teknologi informasi, SDM, hingga target pasar yang terkonsentrasi di Jakarta.

Grafik 4.23 Tantangan Utama Ekspansi ke Wilayah Perdesaan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Kendala yang sama juga menjadi penghalang utama bagi pelaku Fintech untuk melakukan ekspansi ke wilayah lain, di luar wilayah yang dilayani saat ini. Sebanyak 42,7% menyebutkan rendahnya literasi keuangan di daerah lain sebagai kendala dan 25,3% menjadikan kondisi infrastruktur sebagai penghalang ekspansi. Sementara itu, 13,3% menyatakan daerah lain belum sesuai dengan rencana ekspansi dan 6,7% menyebutkan peraturan pemerintah daerah menjadi tantangan dalam melakukan ekspansi.

Meskipun indeks literasi keuangan nasional hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK[9] meningkat dari 38,03% pada 2019 menjadi 49,68% pada 2022 dan pembangunan infrastruktur semakin masif, masih terdapat kesenjangan literasi dan ketimpangan pembangunan di beberapa wilayah. Pemerataan menjadi pekerjaan rumah bagi berbagai pemangku kepentingan untuk mengatasi masalah tersebut. Sinergi kebijakan dan kolaborasi berbagai pihak diharapkan dapat menyelesaikan masalah kesenjangan dan ketimpangan di Indonesia.

Grafik 4.24 Tantangan Utama Ekspansi ke Wilayah Lain (n=75)

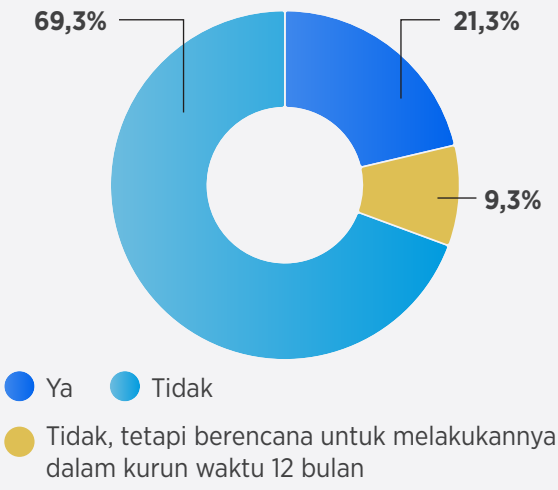
Sumber: AMS 2022/2023

Adapun terkait ekspansi ke luar negeri, sebanyak 69,3% responden tidak mempunyai rencana untuk masuk ke pasar luar Indonesia. Sebanyak 21,3% responden berencana melakukan ekspansi usaha ke luar negeri dan 9,3% lainnya baru berencana akan melakukan ekspansi ke luar negeri setelah satu tahun. Dukungan Pemerintah berperan penting dalam mendorong Fintech berekspansi ke luar negeri. Salah satu bentuk dukungan Pemerintah antara lain tindak lanjut nota kesepahaman antara OJK dengan otoritas negara lain, seperti Singapura untuk mendukung ekspansi Fintech ke negara tersebut[10].

9 Otoritas Jasa Keuangan, diakses dari https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx

10 Otoritas Jasa Keuangan, diakses dari https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Joint-Media-Release-Indonesia-and-Singapore-strengthen-cooperation-in-Fintech.aspx

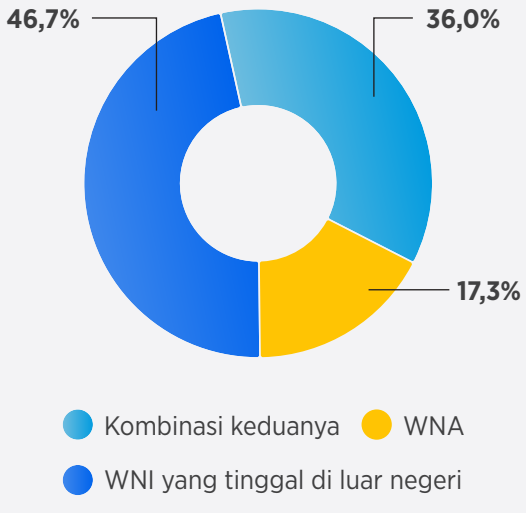
Grafik 4.25 Rencana Ekspansi ke Luar Negeri (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Meskipun ekspansi usaha ke luar negeri belum menjadi prioritas, sebanyak 17,3% responden telah melayani pengguna yang merupakan warga negara asing (WNA) dan 46,7% responden mengaku melayani diaspora warga negara Indonesia (WNI) yang tinggal di luar negeri. Sementara itu, sebanyak 36,0% melayani pengguna WNA dan WNI di luar negeri sekaligus. Layanan Fintech yang *borderless* mendorong penggunaan Fintech oleh kelompok masyarakat yang lebih luas, bahkan hingga ke luar negeri.

Grafik 4.26 Pengguna Layanan Fintech WNA dan WNI di Luar Negeri (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

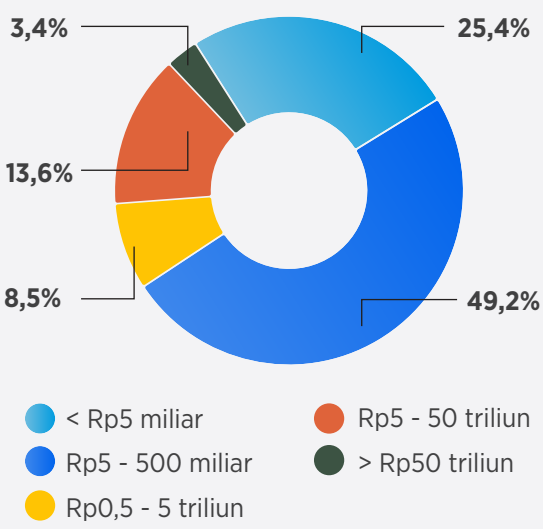
Nilai Transaksi

Nilai transaksi merupakan indikator penting dalam menilai performa dan pertumbuhan perusahaan Fintech. Perusahaan Fintech dengan nilai transaksi rendah dan menengah terpantau mengalami perbaikan kinerja, namun Fintech dengan nilai transaksi tinggi sedikit mengalami tantangan.

AMS 2022/2023 mencatat sekitar seperempat (25,4%) dari responden memiliki nilai transaksi kurang dari Rp5 miliar per tahun, sementara hampir setengah (49,2%) dari responden melaporkan bahwa nilai transaksi mereka berada di kisaran Rp5-500 miliar per tahun. Nilai transaksi tersebut menunjukkan perbaikan dari AMS 2021 yang sebanyak 32,0% dengan transaksi kurang dari Rp5 miliar dan hanya 39,0% responden yang melaporkan nilai transaksi pada kisaran Rp5-500 miliar. Terdapat indikasi pergeseran dari Fintech dengan kelompok nilai transaksi yang sebelumnya kurang dari Rp5 miliar per tahun, kini masuk ke kelompok dengan nilai transaksi Rp5-500 miliar per tahun.

AMS 2022/2023 juga menunjukkan sebanyak 8,5% responden mencatatkan nilai transaksi antara Rp0,5-5 triliun per tahun dan 13,6% memiliki nilai transaksi pada kisaran Rp5-50 triliun. Kondisi tersebut juga relatif membaik dari AMS 2021, yang mana 21,0% perusahaan mencatatkan transaksi pada kisaran Rp0,5-5 triliun per tahun dan 4,0% memiliki nilai transaksi pada kisaran Rp5-50 triliun.

Grafik 4.27 Nilai Transaksi Fintech (n=75)



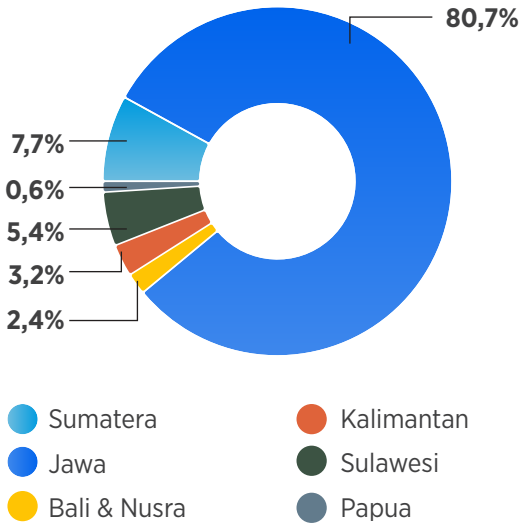
Sumber: AMS 2022/2023

Sementara itu, sebanyak 3,4% responden AMS 2022/2023 menyatakan memiliki nilai transaksi di atas Rp50 triliun per tahun. Proporsi ini menurun dari 4,0% responden pada AMS 2021.

Faktor geografis juga berpengaruh terhadap nilai transaksi yang dicatatkan oleh perusahaan Fintech. Sebanyak 80,7% transaksi Fintech berasal dari Pulau Jawa, menunjukkan dominasi signifikan area tersebut dalam industri Fintech Indonesia. Sementara itu, wilayah lain seperti Sumatera (7,7%), Sulawesi (5,4%), dan Kalimantan (3,2%), tidak menunjukkan perubahan yang signifikan dalam nilai transaksi dibandingkan hasil AMS 2021.

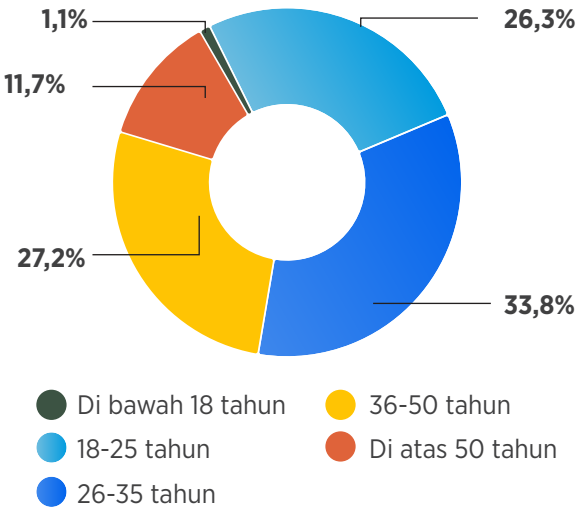
Dilihat dari usia pengguna Fintech, nilai transaksi Fintech disumbangkan terutama kelompok pengguna pada rentang usia 26-35 tahun (33,8%), disusul oleh pengguna usia 18-25 tahun (26,3%) dan pengguna usia 36-50 tahun (11,7%). Jika dibandingkan dengan kelompok pengguna Fintech pada bagian **Pengguna Utama**, maka pengguna pada kelompok usia 18-25 tahun dapat dinilai sebagai pengguna konsumtif—dengan proporsi jumlah pengguna hanya 6,1%, tapi menyumbang hingga 26,3% nilai transaksi. Di sisi lain, pengguna di kelompok usia 26-35 tahun mencatatkan transaksi retail yang cukup kecil—dengan proporsi jumlah pengguna 70,8%, tapi hanya menyumbang 33,8% nilai transaksi.

Grafik 4.28 Nilai Transaksi Fintech Berdasarkan Wilayah (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 4.29 Nilai Transaksi Fintech Berdasarkan Usia Pengguna (n=75)



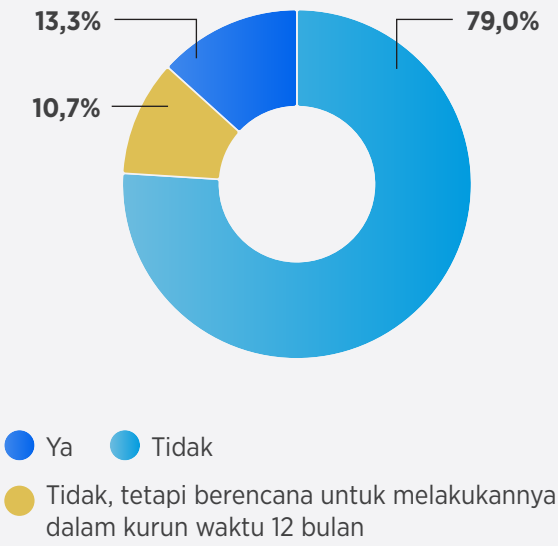
Sumber: AMS 2022/2023

Perkembangan tersebut terkait dengan pembahasan **Ekspansi Pasar dan Model Bisnis** sebelumnya yang menunjukkan Pulau Jawa masih menjadi pasar utama bagi industri Fintech. Kesenjangan yang ada di wilayah lainnya dipengaruhi oleh literasi keuangan yang masih rendah dan pembangunan infrastruktur yang belum merata. Upaya peningkatan literasi keuangan dan pembangunan infrastruktur digital di seluruh Indonesia perlu ditingkatkan, agar Fintech dapat meraih pasar yang lebih luas dan nilai transaksi yang lebih tinggi.

Kemitraan

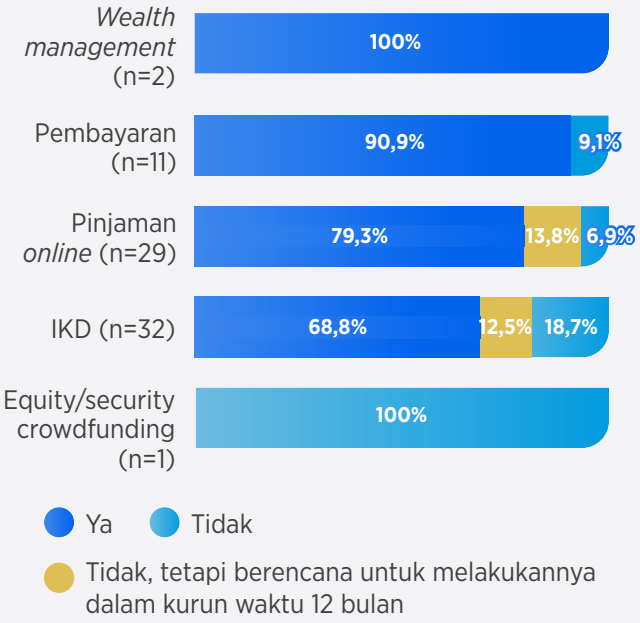
Kemitraan antarperusahaan dalam ekosistem Fintech memiliki peran penting dalam menumbuhkan dan memperkuat industri Fintech di Indonesia. Sebanyak 76,0% responden dalam AMS 2022/2023 menyatakan bahwa mereka sudah melakukan kemitraan dengan perusahaan lain di dalam ekosistem Fintech. Di samping itu, sekitar 10,7% lainnya berencana untuk melakukan kemitraan dalam waktu satu tahun ke depan.

Grafik 4.30 Kemitraan Perusahaan Fintech Dengan Perusahaan Lain di Ekosistem (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 4.31 Kemitraan Perusahaan Fintech Dengan Perusahaan Lain di Ekosistem Berdasarkan Klaster (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Berdasarkan klaster, mayoritas perusahaan yang melakukan kemitraan berasal dari klaster Inovasi Keuangan Digital (68,8%) dan pinjaman *online* (79,3%). Kemitraan antarperusahaan Fintech penting karena memungkinkan untuk saling memanfaatkan keahlian, sumber daya, dan jaringan. Kemitraan juga dapat meningkatkan inovasi dan diversifikasi produk serta layanan yang ditawarkan kepada konsumen.

Adapun manfaat kemitraan antarperusahaan dalam ekosistem Fintech meliputi pertukaran pengetahuan dan teknologi, pembagian risiko, akses ke pasar baru, dan peningkatan kapasitas operasional. Dalam beberapa kasus, kemitraan dapat membuka peluang untuk sinergi produk dan layanan yang lebih baik, seperti integrasi antara layanan pembayaran dan pinjaman *online*.

Selain itu, kemitraan antarperusahaan Fintech juga bisa membantu mendukung inklusi keuangan di Indonesia. Misalnya, perusahaan Fintech yang fokus pada pembayaran bisa bermitra dengan perusahaan yang fokus pada pinjaman untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih komprehensif kepada konsumen, terutama bagi mereka yang tidak dilayani atau kurang dilayani oleh institusi keuangan tradisional.

Oleh karena itu, kemitraan antarperusahaan dalam ekosistem Fintech tidak hanya meningkatkan pertumbuhan dan inovasi dalam industri ini, tetapi juga berpotensi meningkatkan inklusi keuangan di seluruh Indonesia.

BAB 5 *TECH WINTER* DAN INVESTASI

Perkembangan ekonomi digital dan Fintech Indonesia tengah menghadapi tantangan *tech winter*. Fenomena *tech winter* menjadi isu hangat di industri teknologi, terutama perusahaan rintisan (*startup*), dalam setahun terakhir. *Tech winter* merupakan kondisi kenaikan biaya modal yang memaksa investor untuk memperketat seleksi investasi mereka guna memaksimalkan pengembalian investasi dan menurunkan risiko[11].

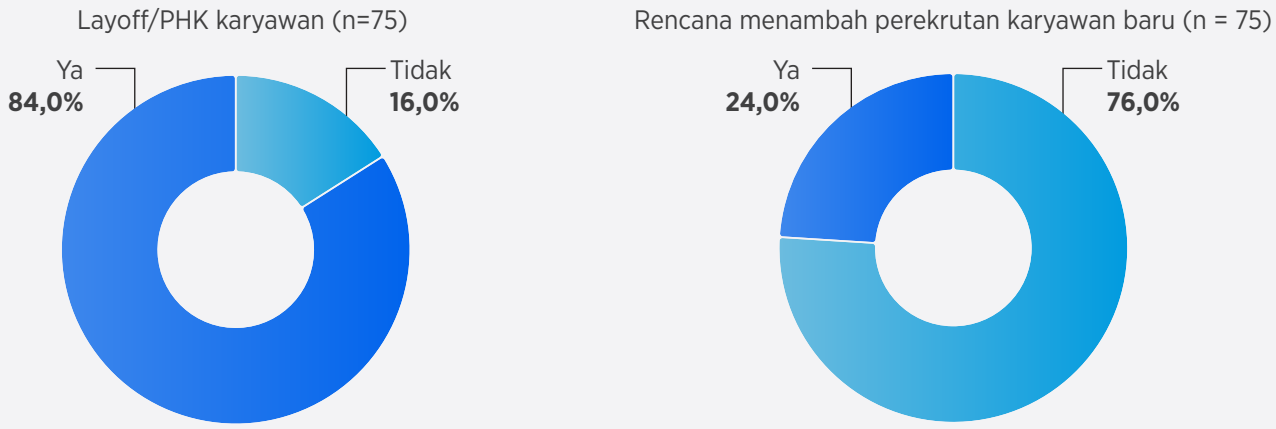
Fenomena *tech winter* menyebabkan pelaku di industri teknologi dan perusahaan *startup* lebih berfokus bertahan dan melakukan inovasi untuk menghasilkan profit. Prinsip "*growth at all cost*" yang menjadi dasar ekspansi Fintech dalam beberapa tahun ke belakang, kini bergeser menjadi "*path to profitability*". *Scarring effect* dampak pandemi COVID-19[12] dan kenaikan *cost of fund* akibat tingginya inflasi dan suku bunga[13] turut mengerem ekspansi di industri Fintech. Penurunan ekspansi tersebut berdampak pada beberapa penyesuaian, mulai dari mengubah strategi bisnis hingga mengurangi jumlah dan perekrutan tenaga kerja.

Profitabilitas kini menjadi salah satu fokus utama perusahaan-perusahaan di industri Fintech. Seperti yang telah dibahas pada **Bab 4 TINJAUAN INDUSTRI Fintech**, untuk meningkatkan pendapatan, sebanyak 66,7% responden memilih berfokus pada produk yang menghasilkan pendapatan tinggi. Sementara itu, sekitar 12% responden mengaku mengubah model bisnis dan berekspansi ke sektor ekonomi baru.

Adapun terkait pengurangan tenaga kerja, tercatat 201.860 karyawan industri teknologi di seluruh dunia terkena *layoff* atau Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) pada lima bulan pertama 2023[14]. Beberapa perusahaan teknologi global juga melakukan *layoff*, seperti Google sebanyak 12 ribu tenaga kerja (Januari 2023), Meta sebanyak 11 ribu tenaga kerja (November 2022), dan Microsoft 10 ribu tenaga kerja (Januari 2023)[15]. Di

11 Harian Kompas, diakses dari https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/03/15/tech-winter-dikabarkan-masih-akan-berlanjut-pada-2023
12 Kementerian Komunikasi dan Informatika, diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/46282/menkominfo-lima-segmen-Fintech-indonesia-capai-cagr-39-meski-masuki-tech-winter/0/berita_satker
13 Kontan, diakses dari https://keuangan.kontan.co.id/news/Fintech-p2p-lending-mulai-waspada-pada-dampak-kenaikan-suku-bunga-acuan
14 https://layoffs.fyi/
15 Katadata, diakses dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/24/ini-perusahaan-teknologi-dengan-phk-terbanyak-sampai-awal-2023

Grafik 5.1 Layoff dan Rencana Menambah Tenaga Kerja Baru



Sumber: AMS 2022/2023

Indonesia, DSInnovate mencatat 20 *startup* melakukan *layoff* sepanjang 2022[16].

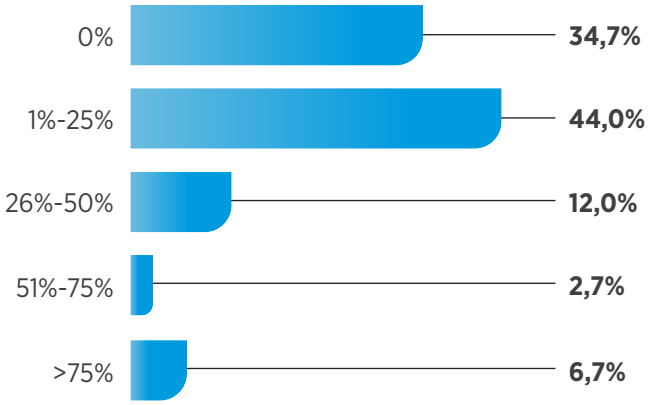
Fenomena *Layoff*

Upaya mengurangi dan menghentikan perekrutan karyawan juga terjadi di industri Fintech di Indonesia. AMS 2022/2023 menunjukkan bahwa 84% responden telah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) atau *layoff*. Survei yang sama juga mencatat bahwa 76% responden tidak berencana untuk menambah atau merekrut tenaga kerja baru dalam waktu dekat. Hasil tersebut berlawanan dengan survei AMS 2021, yang mana 72% responden mengindikasikan bahwa mereka berencana untuk mempekerjakan lebih banyak karyawan dalam 1-2 tahun ke depan. Lebih lanjut, 35% responden berencana mempekerjakan 1%-25% lebih banyak tenaga kerja, dan 15% lainnya berambisi untuk meningkatkan tenaga kerja lebih dari 75%.

16 Daily Social, diakses dari https://dailysocial.id/post/startup-report-2022-soroti-perlambatan-investasi-phk-hingga-potensi-sektor-hijau

Status tenaga kerja yang dipekerjakan pelaku Fintech sebanyak 34,7% merupakan tenaga kerja permanen, sementara selebihnya mempekerjakan tenaga kerja kombinasi antara permanen dan *outsourcing.* Jika dilihat proporsinya, sebanyak 44,0% responden memiliki tenaga kerja *outsourcing* pada kisaran 1%-25% dari total tenaga kerja, sebanyak 12% responden memiliki *outsourcing* 26%-50%, sebanyak 2,7% responden memiliki *outsourcing* 51%-75%, dan sebanyak 6,7% responden memiliki *outsourcing* lebih dari 75%.

Grafik 5.2 Tenaga Kerja Non-Permanen (n=75)



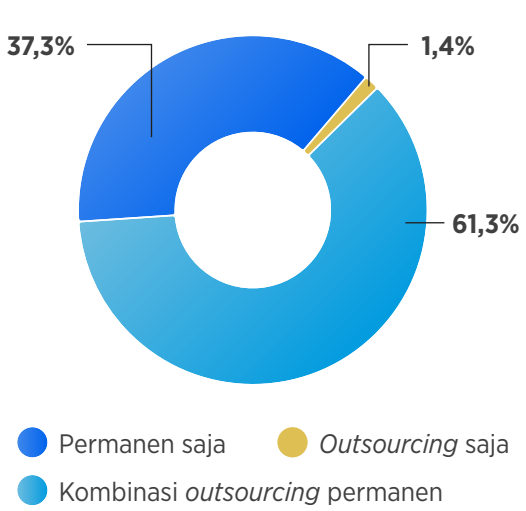
Sumber: AMS 2022/2023

Jika perusahaan diharuskan menambah tenaga kerja baru, 61,3% responden AMS 2022/2023 memilih merekrut kombinasi tenaga kerja berstatus permanen dan *outsourcing*. Sebanyak 37,3% responden yang memilih merekrut tenaga kerja secara permanen saja dan hanya 1,4% yang justru memilih *outsourcing* saja. Dalam rencana perekrutan, responden menyatakan prioritas terutama akan diberikan pada bidang pengembangan produk (69,3%), pengembangan bisnis (68,0%), serta penjualan & pemasaran (54,7%).

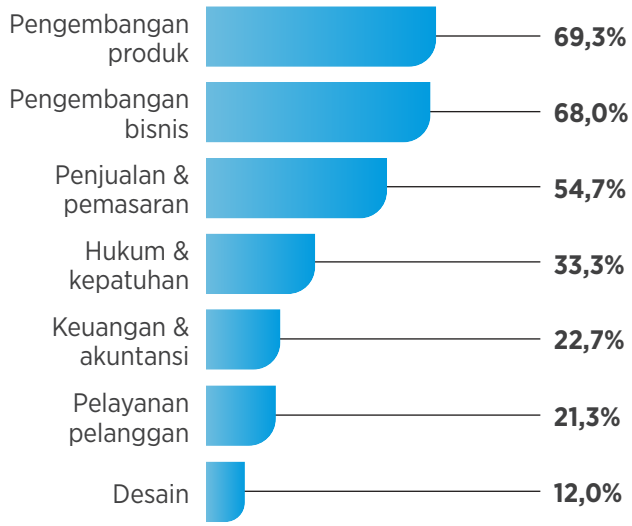
Tren tersebut seharusnya menjadi pendorong untuk meningkatkan pendidikan dan pelatihan talenta dalam bidang teknologi dan digital, agar dapat menjawab tantangan transformasi digital nasional. Faktanya, meski terdapat penurunan dalam perekrutan tenaga kerja, sektor ini masih membutuhkan tenaga kerja terampil, khususnya di bidang pengembangan produk dan pengembangan bisnis. Target Presiden Joko Widodo yang berambisi melahirkan setidaknya 9 juta talenta digital terampil pada 2030 untuk mendukung transformasi digital nasional[17] perlu dipersiapkan agar dapat menjawab kebutuhan industri.

Grafik 5.3 Preferensi Perekrutan Karyawan Baru

Preferensi perekrutan karyawan (n=75)



Prioritas bidang yang membutuhkan karyawan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

17 Kementerian Komunikasi dan Informatika, diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/42010/kolaborasi-mencetak-talenta-digital-nasional/0/artikel

Status Investasi

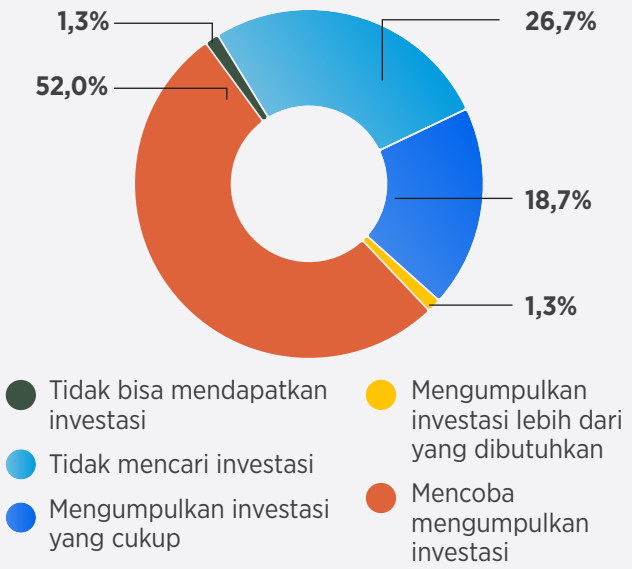
Meskipun dilanda fenomena *tech winter*, investasi sektor Fintech di Indonesia masih menunjukkan performa yang cukup baik. Hal tersebut didukung oleh cara pandang pelaku Fintech terhadap fenomena *tech winter*.

Dari *in-depth interview* dengan beberapa anggota AFTECH terungkap ada konsensus bahwa fenomena *tech winter* dapat dilihat sebagai momentum untuk terus berinovasi. Menghadapi *tech winter*, perusahaan Fintech di Indonesia meluncurkan beberapa inovasi produk dan layanan komprehensif untuk mempertahankan kinerja, seperti menjalin kolaborasi dengan institusi pendana dari sektor perbankan.

Laporan Fintech in ASEAN 2022[18] mencatat perusahaan Fintech di ASEAN telah berhasil mengumpulkan pendanaan sebesar US$4,3 miliar dalam sembilan bulan pertama 2022, meningkatkan kontribusi ASEAN terhadap pendanaan global dari hanya 2% pada 2018 menjadi 7% pada 2022. Fintech Indonesia juga mencatat pendanaan sebanyak US$1,4 miliar pada periode yang sama 2022. Indonesia berkontribusi sebesar 33% total pendanaan yang diperoleh ASEAN, tertinggi setelah dari Singapura (43%). Dari total pendanaan yang diperoleh industri Fintech Indonesia, klaster pembayaran menerima mayoritas proporsi pendanaan hingga 43%, disusul oleh klaster *crypto assets* yang mendapat 13%, dan klaster pinjaman *online* sebesar 12%.

Industri Fintech di Indonesia mengalami perkembangan dinamis, dan hasil survei AMS 2022/2023 menunjukkan tren tersebut melalui pandangan mereka terhadap kebutuhan pendanaan. Hasil survei mengungkapkan bahwa lebih dari separuh responden, yaitu 52%, sedang merencanakan untuk menggalang dana dalam waktu dekat. Sebanyak 1,3% responden juga menyatakan belum bisa mendapatkan pendanaan yang cukup. Di sisi lain, sekitar seperempat atau 26,7% responden merasa tidak membutuhkan tambahan dana, dan diikuti oleh 18,7% responden yang menyatakan cukup dengan pendanaan mereka saat ini. Sementara itu, 1,3% responden menilai mereka telah mendapatkan pendanaan yang melebihi kebutuhan.

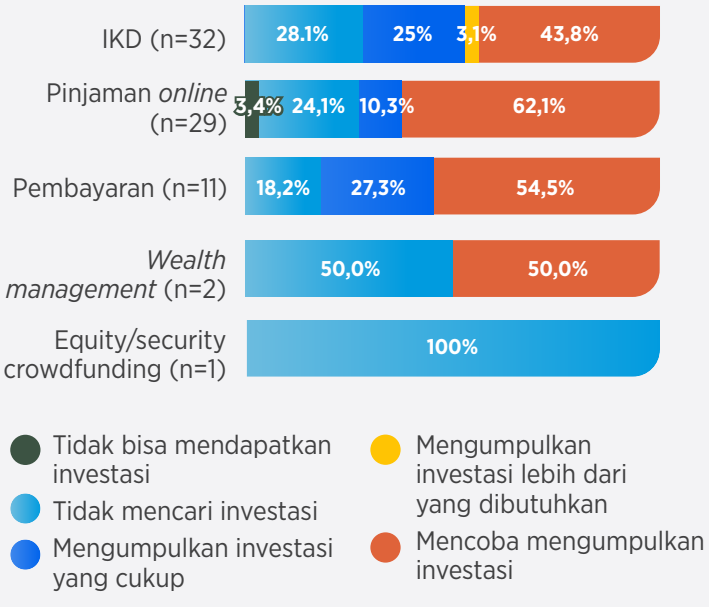
Grafik 5.4 Status Investasi (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Berdasarkan klaster, sebagian besar perusahaan pinjaman *online* (62,1%) dan sistem pembayaran (54,5%) mengaku masih membutuhkan pendanaan. Fintech pada klaster *wealth management* (50,0%) juga menyatakan sedang mencari pendanaan tambahan, dan diikuti oleh klaster IKD (43,8%) juga membutuhkan tambahan pendanaan. Sementara itu, satu-satunya responden dari klaster Securities Crowd Funding (SCF) mengaku tidak mencari pendanaan pada saat ini.

Grafik 5.5 Status Investasi Berdasarkan Klaster (n=75)



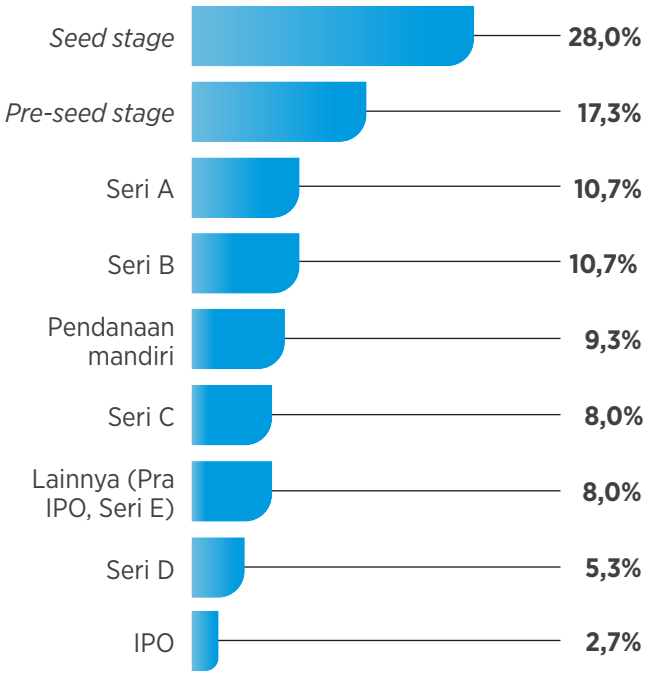
Sumber: AMS 2022/2023

18 "Fintech in ASEAN 2022: Finance, reimagined" diakses dari https://www.uobgroup.com/techecosystem/news-insights-Fintech-in-asean-2022.html

Fakta bahwa masih banyak pelaku Fintech yang membutuhkan pendanaan dipengaruhi oleh fase pendanaan saat ini. Hasil survei menunjukkan bahwa hampir setengah dari responden masih berada pada fase awal pendanaan. Sebanyak 17,3% responden masih berada pada fase pre-seed, yang mana perusahaan dalam proses merumuskan ide awal dan mengembangkan rencana bisnis. Sementara itu, 28% responden berada pada fase seed funding, yang merupakan fase krusial dalam memulai startup ketika pendanaan akan digunakan untuk memulai operasi dan membuktikan konsep bisnis.

Di sisi lain, ada juga sejumlah signifikan pelaku Fintech yang telah melewati fase awal tersebut dan berada pada fase pendanaan yang lebih maju. Sekitar 42,7% responden berada pada fase pendanaan seri A-E, yang mana pelaku Fintech mencari dana untuk meningkatkan skala bisnis, mengembangkan produk lebih lanjut, atau melakukan ekspansi pasar. Sebanyak 2,7% pelaku Fintech bahkan telah mencapai tahap *Initial Public Offering* (IPO), yang menandakan tingkat kematangan dan stabilitas yang signifikan.

Grafik 5.6 Tahap Pendanaan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

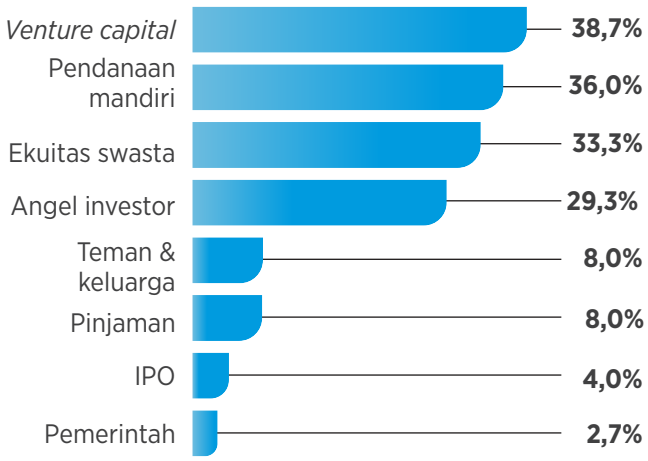
Iklim investasi yang kondusif di Indonesia mendorong investor baik domestik maupun internasional melihat potensi besar dalam industri Fintech di Tanah Air. Perkembangan tersebut juga menunjukkan bahwa ada kesempatan besar bagi pelaku Fintech untuk tumbuh dan berkembang, sejalan dengan pertumbuhan dan penetrasi internet di Indonesia serta penerimaan masyarakat terhadap solusi digital dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk layanan keuangan[19].

Sumber Dana

Di tengah pertumbuhan ekonomi digital yang dinamis di Indonesia, industri Fintech menjadikan berbagai sumber pendanaan sebagai penyokong utama pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ini. Survei AMS 2022/2023 mencatat 38,7% responden memperoleh pendanaan dari perusahaan modal ventura, menegaskan minat tinggi investor terhadap potensi dan peluang di industri Fintech Indonesia. Sementara itu, 36% responden menggunakan sumber pendanaan mandiri, mencerminkan dedikasi dan kepercayaan diri pelaku Fintech terhadap model bisnis mereka.

Pola pendanaan mengalami pergeseran dibandingkan dengan hasil AMS 2021, yang mana pendanaan dari dana mandiri (43,9%) lebih besar dibandingkan dengan pendanaan oleh perusahaan modal ventura (39%). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kepercayaan investor terhadap industri Fintech, meskipun di tengah ancaman melambatnya perekonomian global.

Grafik 5.7 Sumber Pendanaan (n=75)

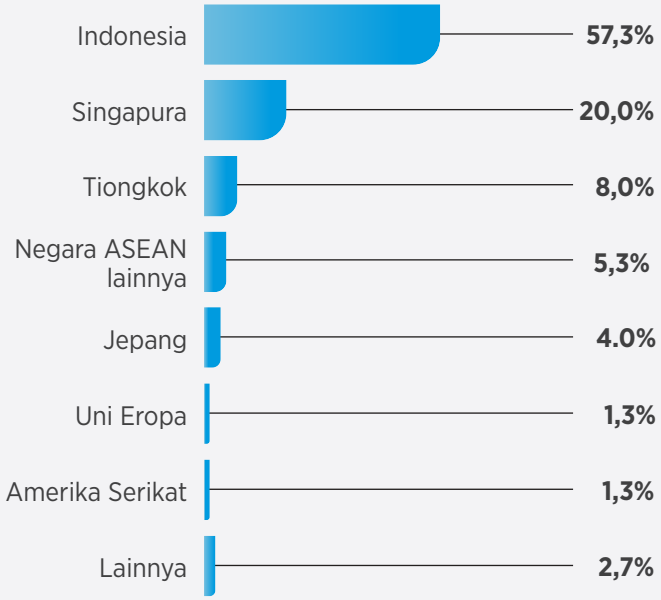


Sumber: AMS 2022/2023

19 Otoritas Jasa Keuangan, diakses dari https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Bulan-Fintech-Nasional,-1,5-Juta-Masyarakat-Berpartisipasi-dan-Dapatkan-Edukasi-Fintech-dari-Pemerintah,-Asosiasi,-dan-Pela.aspx

AMS 2022/2023 juga mengidentifikasi negara asal dan sumber dana industri Fintech di Indonesia. Survei menunjukkan bahwa sebagian besar dana masih berasal dari investor domestik dengan proporsi sebesar 57,3%, menunjukkan penurunan proporsi dibandingkan dengan hasil AMS 2021 yang mencapai 80,0%. Investor asing memiliki peran penting dalam pendanaan industri Fintech Indonesia, dengan Singapura (20%) dan Tiongkok (8%) menjadi sumber utama.

Grafik 5.8 Negara Asal Sumber Pendanaan (n=75)

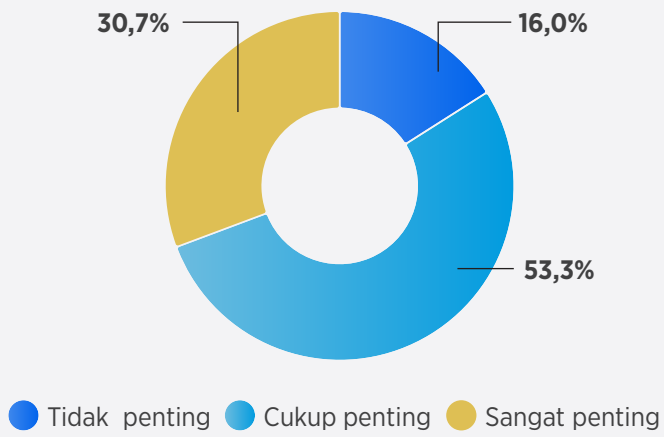


Sumber: AMS 2022/2023

Investasi pendanaan berperan penting dalam kelangsungan perkembangan industri Fintech di Indonesia. Terlepas dari fenomena *tech winter*, industri Fintech menunjukkan daya tahan dan tetap dinilai menarik di mata investor. Hal tersebut terlihat dari keberhasilan dua perusahaan Fintech Indonesia yang meraih status *unicorn* pada 2022, yaitu DANA dan Akulaku[20].

Faktor demografis juga memainkan peran penting dalam keputusan pendanaan. Survei menunjukkan bahwa 84,0% responden menganggap konsumen perempuan sebagai target pasar yang penting untuk meyakinkan calon investor. Dalam hal ini, 30,7% responden menilai sangat penting untuk mempertimbangkan target pasar perempuan, sedangkan 53% lainnya menilai isu tersebut cukup penting. Pasar konsumen perempuan sedang menjadi fokus dan dipandang sebagai faktor kunci dalam menarik pendanaan. Perkembangan tersebut mencerminkan tren global yang menilai perempuan menjadi konsumen yang semakin kuat dan berpengaruh dalam dunia digital dan Fintech[21].

Grafik 5.9 Pentingnya Pasar Pengguna Perempuan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Dukungan Pemerintah

Pembahasan mengenai pendanaan terhadap perusahaan Fintech tentu tidak lepas dari dukungan kebijakan dari Pemerintah dan regulator. Mayoritas pelaku Fintech menilai bahwa Pemerintah telah memberikan dukungan yang memadai terhadap investasi dalam industri Fintech.

Pengesahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi dinilai memberikan kejelasan mengenai tata cara pelaksanaan pelindungan data pribadi yang berdampak positif pada peningkatan *digital trust* dan industri Fintech yang kondusif. Di samping itu, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan juga dipandang sebagai legitimasi pelaku Fintech di industri jasa keuangan. Penegasan hukum bagi Fintech yang disebut sebagai Inovasi Teknologi

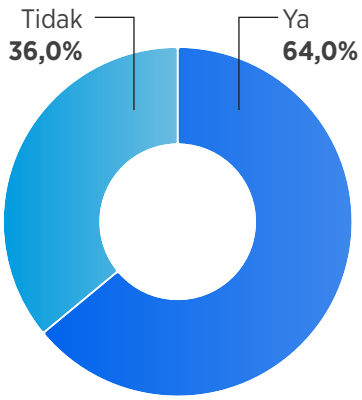
20 CB Insights, diakses dari https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies
21 Investopia, diakses dari https://investopia.ae/summaries/investing-in-half-the-sky-tapping-into-women-consumer-and-investor-markets/.

Sektor Keuangan (ITSK) juga memberikan kepastian hukum dan perlindungan masyarakat dari praktik Fintech ilegal.

Meskipun demikian, responden tersebut masih memandang perlu adanya dukungan lebih lanjut dari Pemerintah untuk meraih investasi yang optimal. Dukungan ini diharapkan dapat berbentuk relaksasi atau kelonggaran dalam regulasi dan pemberian insentif tertentu.

Secara umum, sebanyak 64% responden AMS 2022/2023 memandang Pemerintah telah memberikan dukungan yang cukup kepada industri Fintech, sedangkan 36% lainnya merasa belum mencukupi. Respons tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan industri Fintech terhadap Pemerintah meningkat dibandingkan hasil AMS 2021 yang mana hanya 31% responden menilai dukungan Pemerintah mencukupi, sementara 23% responden merasa belum cukup, dan 46% responden masih belum yakin.

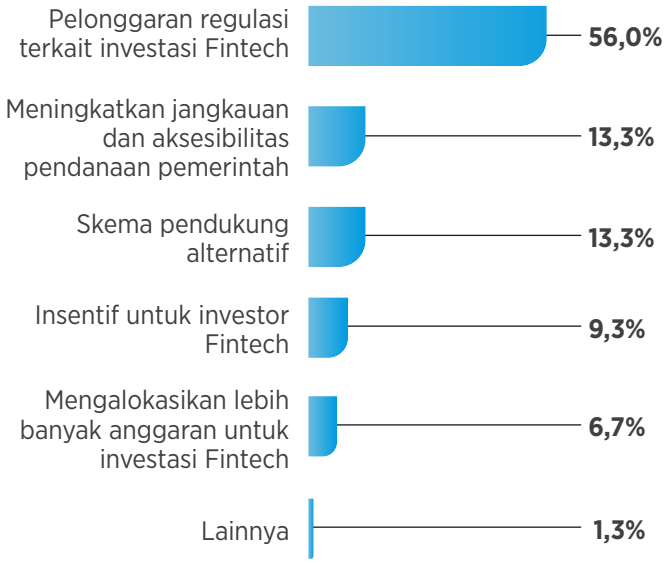
Grafik 5.10 Pandangan tentang Dukungan yang Diberikan Pemerintah (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Survei AMS 2022/2023 juga menggali tentang dukungan yang dibutuhkan dari Pemerintah. Sebanyak 56,0% responden mengaku membutuhkan kelonggaran regulasi di masa mendatang. Kelonggaran regulasi diperlukan industri Fintech untuk dapat tumbuh dan bersaing dengan industri konvensional sejenis tanpa mengabaikan perlindungan konsumen. Dukungan lain yang diperlukan adalah peningkatan jangkauan dan aksesibilitas pendanaan Pemerintah, serta ketersediaan skema pendukung alternatif, dengan hasil survei masing-masing sebesar 13,3%. Di samping itu, 9,3% responden menilai pemerintah perlu memberikan insentif bagi investor Fintech.

Grafik 5.11 Dukungan Pemerintah yang dibutuhkan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Dari *in-depth interview* dengan beberapa anggota AFTECH, mereka menilai Pemerintah dan regulator sudah cukup progresif dan mendukung perkembangan industri Fintech di Indonesia. Namun, pelaku Fintech mengharapkan adanya kelonggaran regulasi dan respon cepat terhadap inovasi baru yang dihadirkan pelaku Fintech. Misalnya, terdapat beberapa inovasi Fintech yang belum dapat dijalankan di Indonesia saat ini. Pemerintah diharapkan memberikan fleksibilitas regulasi sehingga para pelaku Fintech bisa untuk

BAB 6 REGULASI DAN TATA KELOLA

bereksperimen dalam menghadirkan produk dan layanan yang lebih baik.

Regulasi dan tata kelola merupakan dua prinsip yang berjalan bersama dan saling melengkapi. Regulasi dapat diartikan sebagai serangkaian aturan yang disusun dan diawasi oleh otoritas untuk memastikan segala sesuatu berjalan dengan tertib dan efisien. Tata kelola, di sisi lain, adalah sistem yang dengan cermat dirancang untuk mengarahkan operasi sebuah perusahaan agar sejalan dengan regulasi yang telah ditetapkan.

Dalam berbagai industri, termasuk yang dinamis dan berkembang pesat seperti Fintech, keberadaan regulasi dan tata kelola berfungsi sebagai pelindung yang efektif untuk berbagai pihak terlibat: mulai dari pemilik dan pelaku bisnis hingga konsumen. Bagi perusahaan Fintech yang patuh dan taat pada regulasi serta menerapkan tata kelola yang baik, mereka cenderung memiliki manajemen risiko yang baik dan daya saing yang tinggi di pasar. Di sisi konsumen, adanya regulasi dan tata kelola yang baik dapat memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk dan layanan Fintech.

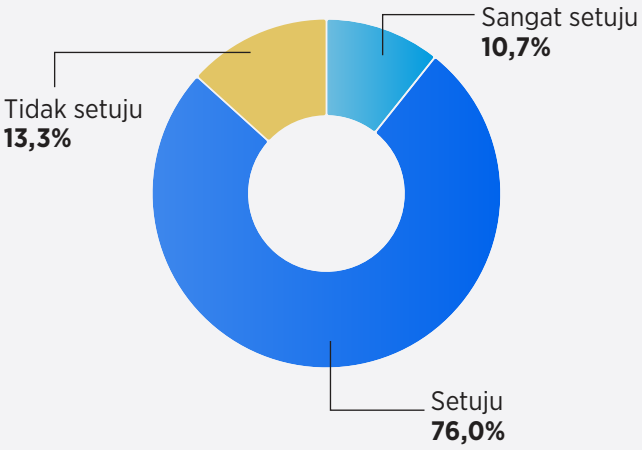
AMS 2022/2023 menggambarkan bahwa kerangka peraturan yang ada saat ini sudah menciptakan lingkungan yang kondusif untuk inovasi dan investasi dalam industri Fintech. Akan tetapi, masih banyak potensi yang dapat dieksplorasi dengan dukungan yang lebih besar dari Pemerintah, yang tentunya akan memacu pertumbuhan lebih lanjut di industri Fintech.

Dalam hal tata kelola, fokus pada peran penting dari tata kelola yang baik (*good governance*) terhadap perlindungan konsumen dan penerapan standar industri. Beberapa aspek yang menjadi perhatian dalam perlindungan konsumen, antara lain: (1) manajemen data, (2) keamanan siber, (3) rencana pemulihan bencana (*disaster recovery plan*), (4) penanganan pengaduan pelanggan, dan (5) perlindungan pelanggan. Sementara itu, penerapan standar industri mencakup (6) penerapan standar dan regulasi internasional, serta (7) kode perilaku atau standar industri.

Persepsi terhadap Kerangka Regulasi

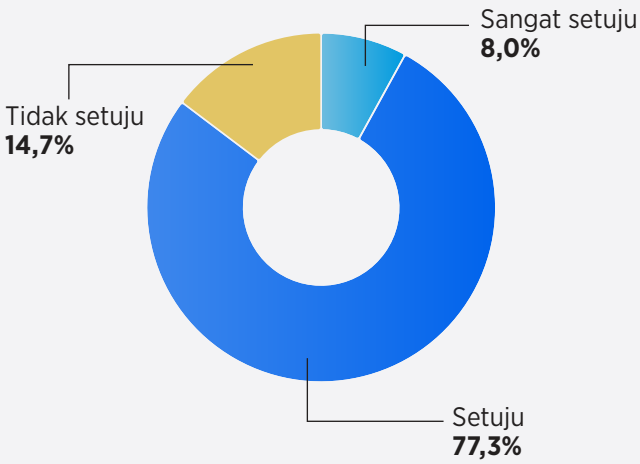
Kehadiran regulasi diharapkan mampu untuk mendukung inovasi dan investasi bagi para anggota AFTECH. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022

Grafik 6.1 Pandangan terhadap Kerangka Regulasi Saat Ini Mampu untuk Mendukung Inovasi (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 6.2 Pandangan terhadap Kerangka Regulasi Saat Ini Mampu untuk Mendukung Investasi (n=75)

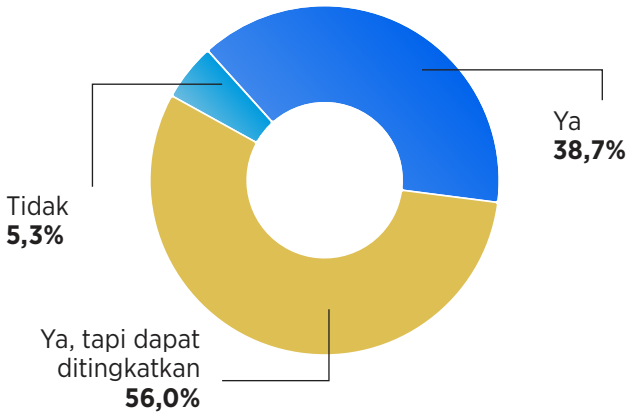


Sumber: AMS 2022/2023

tentang Pelindungan Data Pribadi dinilai membantu meningkatkan *digital trust* masyarakat terhadap perusahaan dan layanan Fintech. Di samping itu, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan yang secara spesifik mencantumkan pembahasan ITSK juga dipandang sebagai legitimasi pelaku Fintech di industri jasa keuangan.

AMS 2022/2023 menunjukkan 10,7% responden sangat setuju dan 76,0% responden setuju bahwa peraturan Pemerintah saat ini kondusif mendukung inovasi. Catatan tersebut menggambarkan mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap perkembangan regulasi terkait Fintech dan ekosistem ekonomi digital saat ini.

Grafik 6.3 Pandangan terhadap Kerangka Regulasi Saat Ini Mampu untuk Mendukung Pertumbuhan Industri Fintech (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Sebanyak 8% responden sangat setuju dan 77,3% responden setuju bahwa regulasi yang ada juga sudah kondusif mendukung investasi.

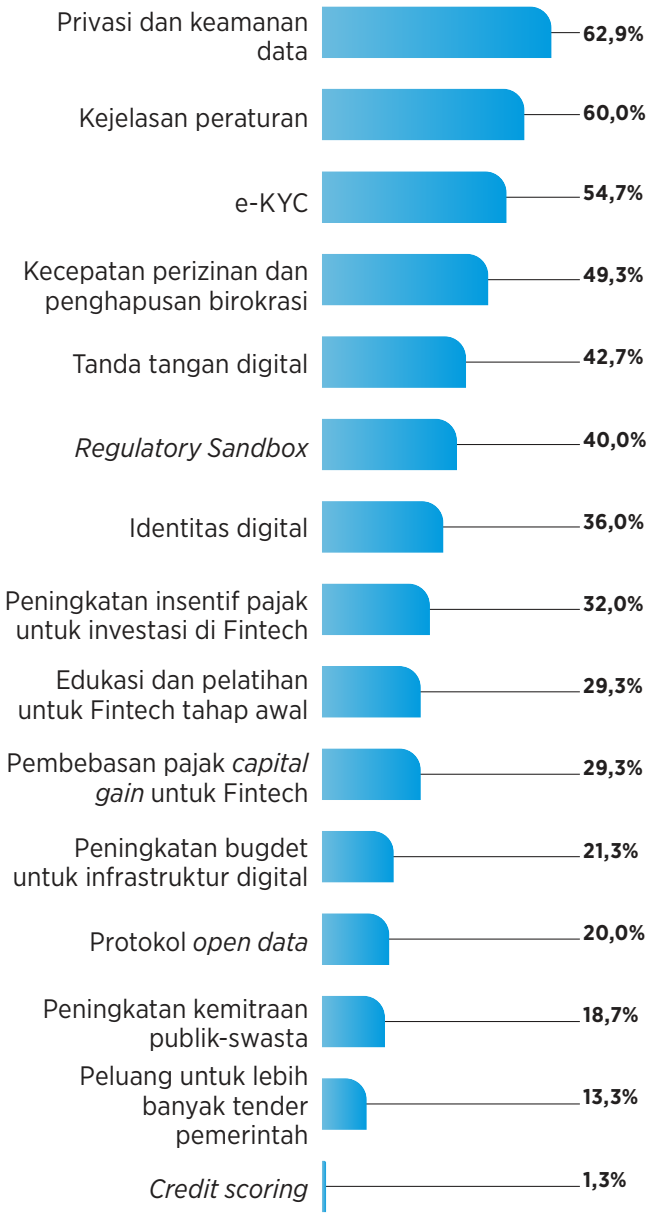
Terkait dengan dukungan terhadap industri Fintech, 94,7% responden menyetujui telah ada upaya dari Pemerintah untuk mendukung pertumbuhan industri Fintech, namun 56,0% di antaranya memberikan catatan bahwa masih diperlukan peningkatan dari yang saat ini berjalan.

Tantangan Regulasi

Meskipun para responden merasa regulasi yang ada cukup untuk mendukung inovasi dan investasi di industri Fintech Indonesia, tapi kebijakan lain dipandang masih dapat ditingkatkan. Regulasi yang diharapkan dapat ditingkatkan terutama menyangkut privasi dan keamanan data (68,0%), kejelasan regulasi (60,0%), e-KYC (54,7%), kecepatan perizinan dan penghapusan birokrasi (49,3%), serta pengaturan tanda tangan digital (42,7%).

Kebijakan mengenai perlindungan data pribadi memang sangat diperlukan oleh para responden, sebab 77,3% merasa sesuai dengan bisnis model yang dijalankan. Peraturan turunan dari Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, terutama terkait kewajiban *Data Protection Officer* (DPO), memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan Fintech. Oleh karena itu, mayoritas responden menunggu kejelasan pengaturan lebih lanjut.

Grafik 6.4 - Kebijakan yang Diharapkan dapat Ditingkatkan (n=75)



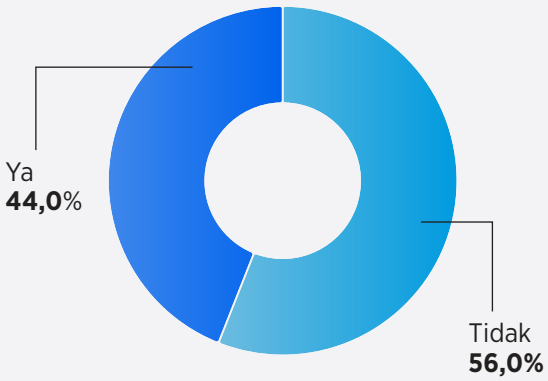
Sumber: AMS 2022/2023

Manajemen Data

Manajemen data adalah proses administrasi yang mencakup pengumpulan, validasi, penyimpanan, perlindungan, dan pemrosesan data untuk memastikan ketersediaan, keandalan, dan relevansi data untuk pengguna bisnis. Sementara itu, pusat data adalah fasilitas yang digunakan untuk menyimpan dan mengelola sejumlah besar data.

Survei menunjukkan bahwa 56,0% responden lebih memilih untuk mempercayakan manajemen data mereka kepada pihak ketiga. Meski begitu, ada peningkatan yang cukup signifikan dalam jumlah perusahaan yang memiliki pusat data sendiri, dari 37,0% pada AMS 2021 naik menjadi 44,0% pada AMS 2022/2023. Memiliki pusat data sendiri dapat meningkatkan kontrol perusahaan atas datanya, memungkinkan peningkatan keamanan, dan mempermudah pemantauan dan manajemen data. Seluruh *data center* yang digunakan oleh responden juga 100% telah teregistrasi di Kemenkominfo.

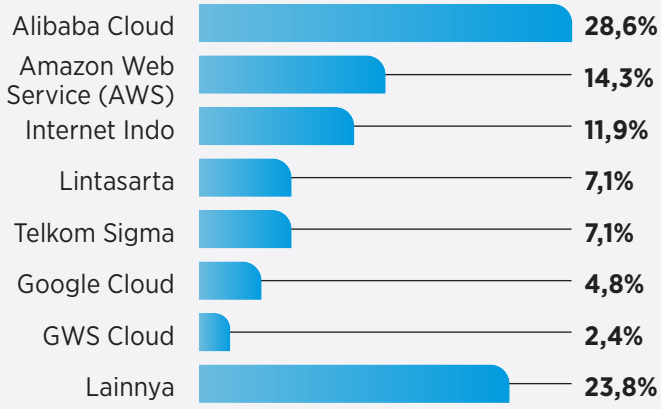
Grafik 6.5 Kepemilikan *Data Center* (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Dari 56,0% responden yang menggunakan jasa pihak ketiga, Alibaba Cloud menjadi penyedia data center yang paling banyak digunakan oleh responden (28,6%), disusul oleh Amazon Web Service (14,3%), dan Indo Internet (11,9%). Sebanyak 77,3% responden juga menyampaikan tidak pernah mengganti *data center* yang digunakan.

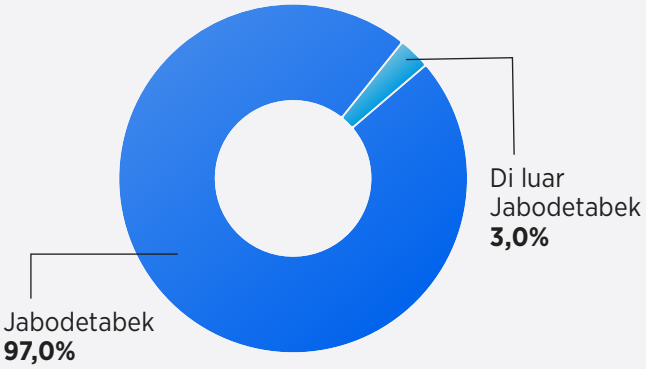
Grafik 6.6 Pihak Ketiga yang Digunakan untuk *Data Center* (n=42)



Sumber: AMS 2022/2023

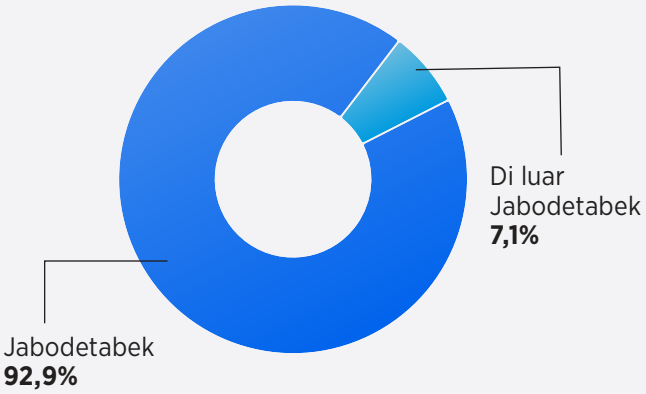
Terkait dengan lokasi dari *data center*, AMS 2022/2023 mencatat 97,0% *data center* yang dimiliki oleh perusahaan dan 92,9% *data center* jasa pihak ketiga berada di Jabodetabek, meningkat dari AMS 2021 yang masing-masing sebesar 81,0% dan 91,0%.

Grafik 6.7 Lokasi *Data Center* Milik Perusahaan (n=33)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 6.8 Lokasi *Data Center* Milik Pihak Ketiga (n=42)

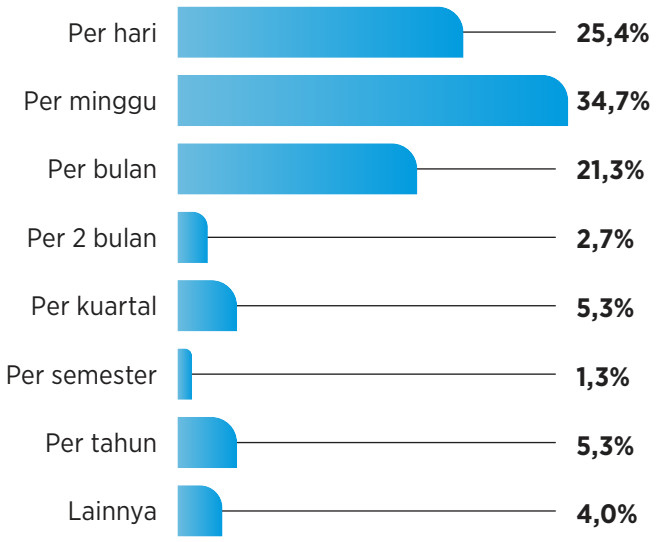


Sumber: AMS 2022/2023

Keamanan Siber

Aspek lain dalam tata kelola industri Fintech adalah keamanan siber. Sebagai upaya dalam meningkatkan keamanan siber, 100% responden menyatakan telah melakukan prosedur *backup data*. Tentang frekuensi *backup data*, mayoritas dilakukan secara mingguan (34,7%) dan harian (25,4%).

Grafik 6.9 Frekuensi *Backup Data* (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 6.10 Alasan Belum Mempunyai CERT (n=26)

Sumber: AMS 2022/2023

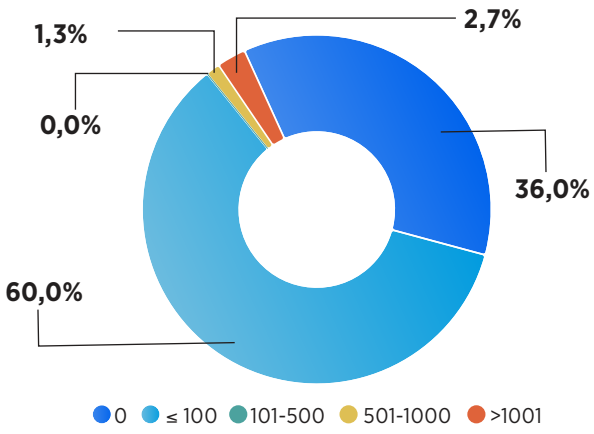
Dalam aspek keamanan siber, peningkatan signifikan juga terpantau dari jumlah responden yang memiliki *Computer Emergency Response Team* (CERT) meningkat menjadi 65,3% pada AMS 2022/2023 dari sebelumnya 44,0% pada AMS 2021. CERT adalah sebuah entitas yang menangani isu-isu terkait dengan keamanan komputer. Tim tersebut bertugas untuk menanggapi insiden keamanan siber, melakukan analisis forensik dan investigasi, serta membantu dalam pemulihan setelah insiden.

CERT juga memainkan peran penting dalam mencegah insiden keamanan dengan memberikan pengetahuan dan pedoman tentang praktik keamanan terbaik. Peningkatan persentase tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak perusahaan Fintech kini memahami pentingnya keamanan siber dan proaktif dalam menangani ancaman potensial.

Mayoritas perusahaan yang belum memiliki tim CERT menyatakan sedang berada pada tahap awal pembentukan tim (26,9%) dan belum membutuhkannya pada saat ini (26,9%). Sementara itu, 11,5% responden menyatakan CERT ditangani oleh pihak ketiga atau merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tim IT perusahaan.

Upaya lain peningkatan keamanan siber adalah pemeliharaan sistem. Mayoritas responden (57,3%) melakukan upaya pemeliharaan sistem secara bulanan.

Grafik 6.11 Jumlah Pelanggan yang Mengalami Kegagalan Sistem (n=75)

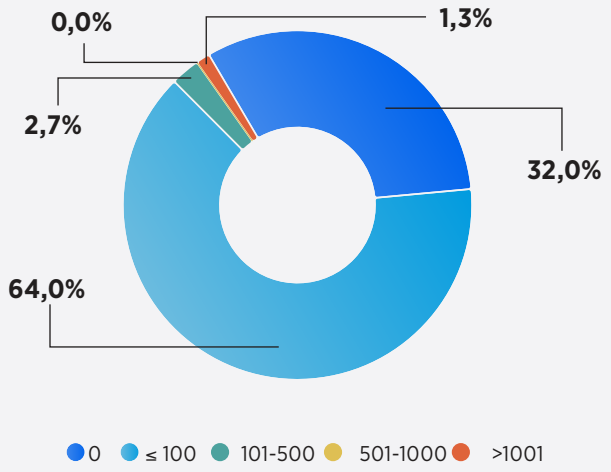


Sumber: AMS 2022/2023

Seluruh upaya untuk meningkatkan keamanan siber tersebut cukup berhasil. Hal itu ditunjukkan oleh berkurangnya jumlah konsumen pengguna layanan Fintech yang mengalami kegagalan sistem dan serangan siber.

AMS 2022/2023 mencatat jumlah perusahaan tanpa kegagalan sistem dan dengan kegagalan sistem kurang dari 100 kali per tahun mencapai 96,0%. Capaian ini naik dari catatan AMS 2021 yang hanya 75% perusahaan dengan frekuensi kegagalan sistem kurang dari 100 kali per tahun.

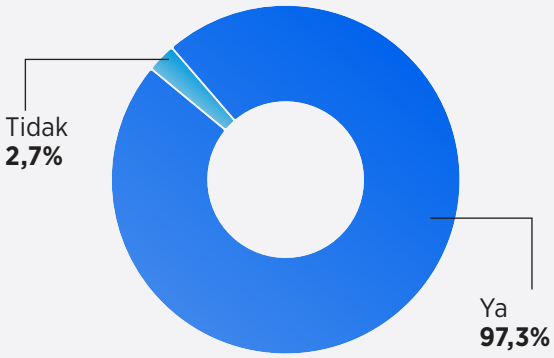
Grafik 6.12 Jumlah Pelanggan yang Mengalami Serangan Siber (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Sementara itu, perusahaan Fintech yang mencatatkan konsumennya tidak terkena serangan siber atau hanya mendapat serangan siber kurang dari 100 kali per tahun mencapai 96,0%, membaik dari hasil AMS 2021 yang hanya sebesar 54%.

Grafik 6.13 Ketersediaan *Disaster Recovery Plan* (n=75)



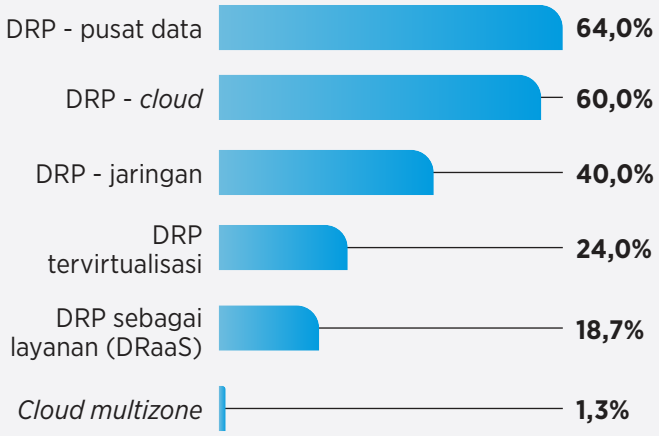
Sumber: AMS 2022/2023

Disaster Recovery Plan

Disaster Recovery Plan (DRP) merupakan strategi perusahaan yang sudah direncanakan untuk menghadapi insiden tak terduga. DRP berguna untuk memastikan layanan Fintech tidak terganggu saat mengalami gangguan atau *downtime*.

Kewajiban untuk memiliki DRP tertuang dalam Peraturan OJK No. 38 Tahun 2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko di Bidang TI oleh Bank Umum dan POJK No. 4 Tahun 2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko di Bidang TI oleh Instansi Keuangan Bukan Bank. Bank Indonesia juga mengeluarkan peraturan serupa, melalui Peraturan BI No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum.

Grafik 6.14 Jenis *Disaster Recovery Plan* (n=75)

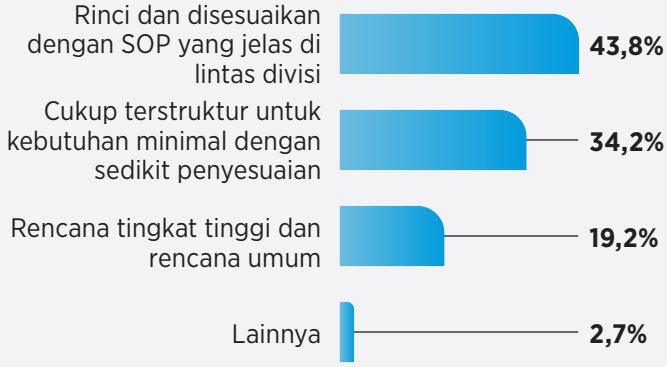


Sumber: AMS 2022/2023

Hasil survei menunjukkan 97,3% responden sudah memiliki DRP, menunjukkan pentingnya DRP dalam memitigasi kegagalan sistem dan serangan siber. Responden yang belum memiliki DRP umumnya sedang berada dalam tahap awal pembentukan DRP atau bekerja sama dengan perusahaan telekomunikasi.

Responden umumnya memiliki jenis DRP terkait dengan data center (64,0%) dan fitur *cloud* (60,0%).

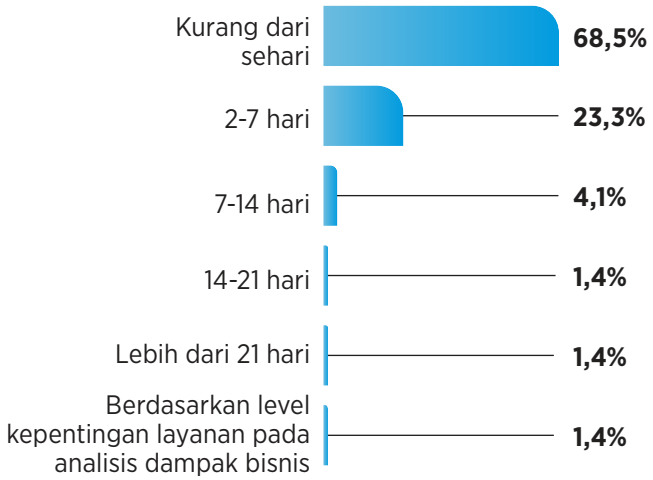
Grafik 6.15 Detil *Disaster Recovery Plan* (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Sebanyak 43,8% responden menyatakan telah memiliki DRP yang mencakup rencana yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dilengkapi *standard operating procedure* (SOP) lintas divisi. Sementara itu, 34,2% responden setidaknya memiliki DRP yang cukup memadai dengan penyesuaian terbatas.

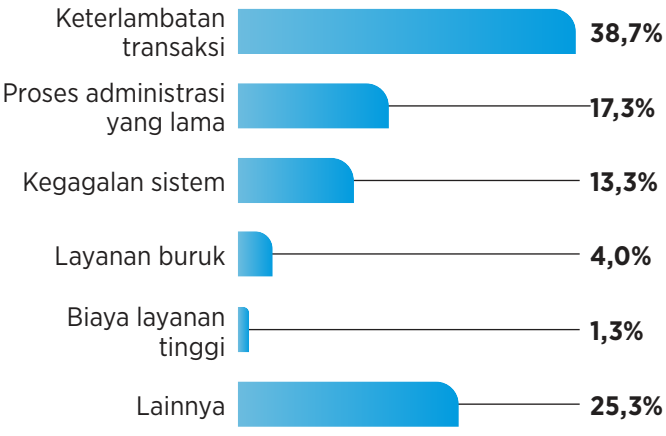
Grafik 6.16 Rata-rata Hari yang Dibutuhkan DRP untuk Kembali Normal (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

AMS 2022/2023 mencatat sebanyak 68,5% responden yang memiliki DRP meyakini dapat beroperasi normal kembali kurang dari satu hari saat menghadapi bencana. Jumlah responden ini meningkat dibanding AMS 2021 yang hanya 59%. Perkembangan tersebut menunjukkan kualitas dan efektivitas DRP yang dimiliki perusahaan Fintech semakin meningkat.

Grafik 6.17 Jenis Keluhan Pelanggan (n=75)

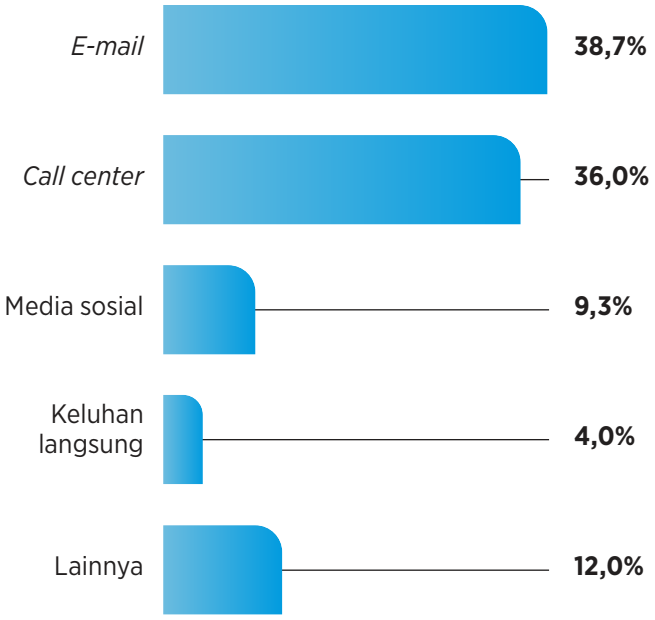


Sumber: AMS 2022/2023

Penanganan Keluhan Konsumen

Sebagai pemberi layanan jasa berbasis inovasi teknologi, perusahaan Fintech tidak terlepas dari keluhan konsumen. Keluhan konsumen Fintech pada AMS 2022/2023 terutama didominasi oleh kendala terkait keterlambatan transaksi (38,7%), proses administratif yang panjang (17,3%), dan kegagalan sistem (13,3%). Perusahaan yang mengalami keluhan pelanggan berupa kegagalan sistem tercatat lebih rendah dibanding AMS 2021, yang mana mencatatkan keluhan hingga 21,0%. Perkembangan tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi perbaikan sistem oleh para anggota AFTECH.

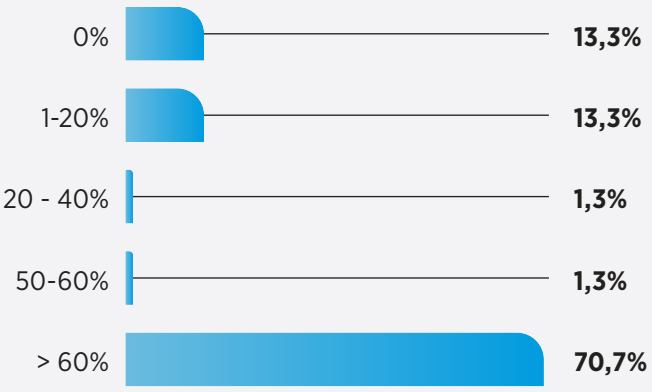
Grafik 6.18 Sarana yang Digunakan Pelanggan Menyampaikan Keluhan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Perbaikan sistem tampaknya turut mengatasi keluhan yang diberikan oleh konsumen. Sebanyak 14,7% responden tidak mencatatkan keluhan dari konsumen sama sekali, dan 80,0% responden hanya mencatatkan keluhan dari konsumen antara 1%-20% saja. Perusahaan Fintech dengan proporsi konsumen yang menyampaikan keluhan di level menengah dan tinggi relatif terbatas, dengan keluhan konsumen di kisaran 20%-40% sebesar 2,7% disusul dengan keluhan konsumen di kisaran 50%-60% dan di atas 60% masing-masing hanya 1,3%.

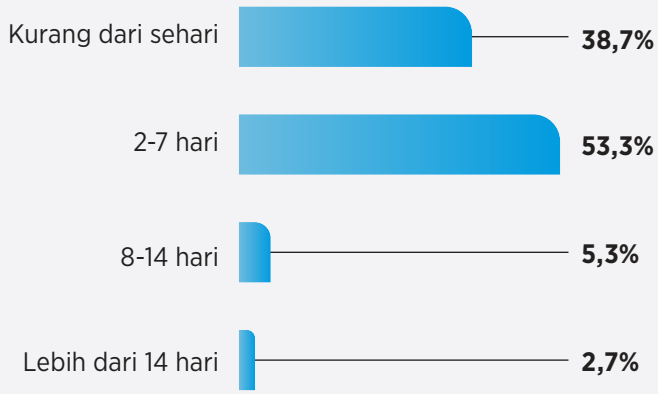
Grafik 6.19 Jumlah Keluhan yang Terselesaikan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Responden menyampaikan konsumen paling banyak menggunakan sarana pengaduan melalui e-mail (38,7%), dan diikuti oleh pengaduan melalui *call center* (36,0%) dan media sosial (9,3%). Perusahaan Fintech yang menerima pengaduan melalui media sosial semakin meningkat, dari 3% pada AMS 2021, menunjukkan peran penting media sosial dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

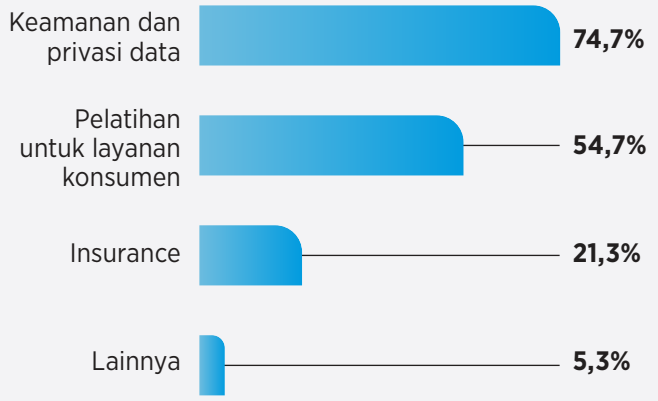
Grafik 6.20 Rata-rata Waktu untuk Menyelesaikan Keluhan Pelanggan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Sebanyak 70,7% responden dari AMS 2022/2023 berhasil menyelesaikan lebih dari 60% keluhan konsumen secara keseluruhan, meningkat dibanding hasil AMS 2021 yang hanya 31%. Angka tersebut menunjukkan, perusahaan Fintech berhasil memperbaiki penyelesaian keluhan konsumen. Namun, masih terdapat 13,3% responden yang menyatakan belum mampu menangani masalah yang dikeluhkan oleh konsumen.

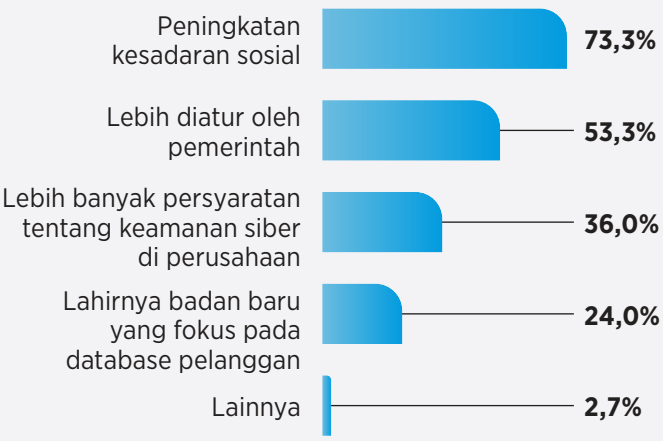
Grafik 6.21 Program Perlindungan Pelanggan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Sejalan dengan peningkatan kualitas layanan konsumen, peningkatan yang mencolok juga dicatatkan dalam kemampuan dan efisiensi waktu penanganan masalah dari responden. Sebanyak 53,3% responden mengaku membutuhkan 2-7 hari saja untuk menangani masalah yang dihadapi konsumen. Bahkan, 38,7% responden menyebutkan waktu yang dibutuhkan untuk menangani masalah konsumen kurang dari satu hari. Sementara itu, relatif sedikit responden yang membutuhkan waktu pada kisaran 8-14 hari (5,3%) dan lebih dari dua minggu (2,7%) untuk menangani masalah konsumen. Perusahaan-perusahaan telah berinvestasi dalam pelatihan staf, memperkenalkan teknologi baru, atau merampingkan proses untuk merespons dan menyelesaikan masalah konsumen dengan lebih cepat dan efektif.

Grafik 6.22 Faktor Pendorong Perubahan Perlindungan Pelanggan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

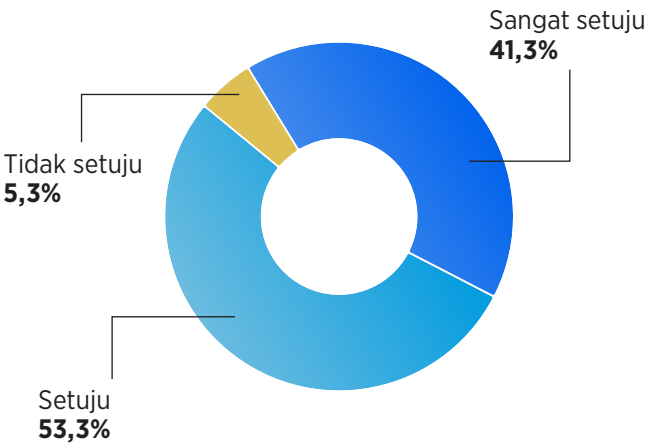
Perlindungan Konsumen

Mayoritas responden AMS 2022/2023, yaitu sebesar 88,0%, telah menerapkan setidaknya 10 kali program khusus untuk melindungi konsumen dalam satu tahun. Program tersebut mencakup berbagai inisiatif, seperti edukasi literasi konsumen untuk membantu mereka menggunakan produk atau layanan dengan aman dan efektif, pelindungan data konsumen untuk mencegah penyalahgunaan informasi pribadi, atau garansi dan jaminan yang melindungi konsumen dari kerugian finansial. Pelaksanaan program pelindungan pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan Fintech menganggap serius tanggung jawab untuk menjaga kepentingan konsumen dan membangun hubungan kepercayaan yang kuat dengan konsumen.

Sesuai dengan prinsip paling umum dipegang perusahaan, program pelindungan konsumen yang paling umum diselenggarakan adalah mengenai privasi dan keamanan data (74,7%) dan diikuti oleh pelatihan bagi pelayan konsumen (54,7%).

Konsep perlindungan pelanggan sendiri dinilai akan mengalami perubahan pada masa yang akan datang. Reponden menilai perubahan tersebut disebabkan oleh peningkatan kesadaran sosial masyarakat (73,3%), diikuti peningkatan pengaturan oleh Pemerintah (53,3%) dan persyaratan keamanan siber yang lebih tinggi (36,0%).

Grafik 6.23 Pentingnya Mengikuti Standar dan Regulasi Internasional (n=75)



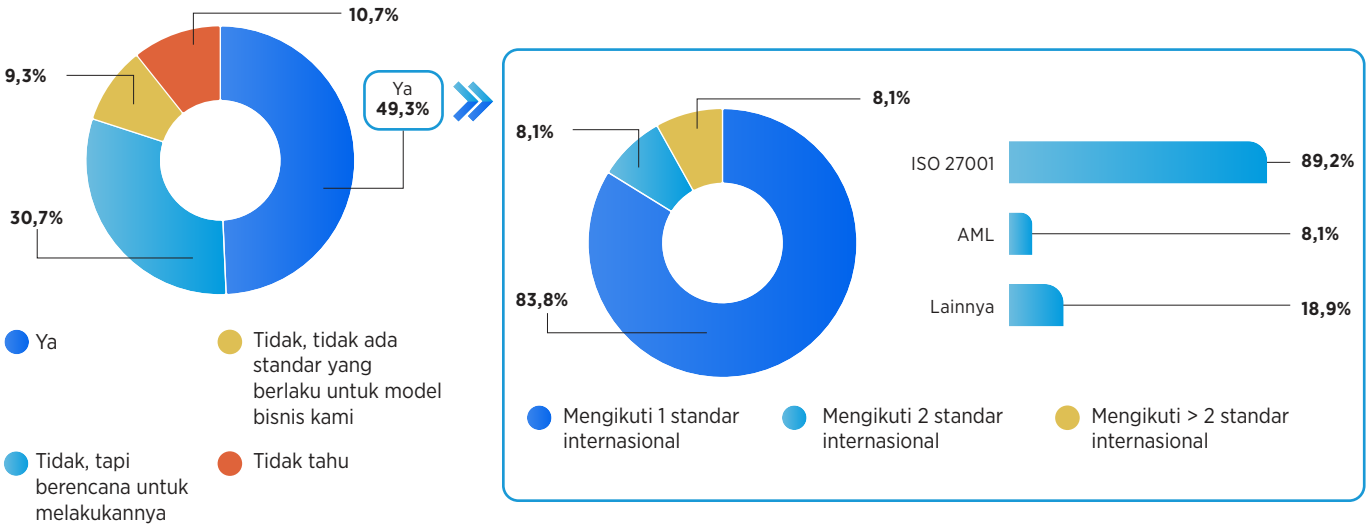
Sumber: AMS 2022/2023

Penerapan Standar dan Regulasi Internasional

Peningkatan digitalisasi termasuk di sektor jasa keuangan juga diikuti dengan peningkatan risiko kejahatan siber. Oleh karena itu, sebanyak 41,3% responden sangat setuju dan 53,3% setuju akan pentingnya standar dan regulasi internasional.

Berdasarkan survei AMS 2022/2023, sebanyak 49,3% responden telah mengikuti standar dan regulasi internasional, sementara 30,7% responden berencana untuk mengikutinya. Hanya 9,3% responden menilai

Grafik 6.24 Perusahaan yang Mengikuti Standar dan Regulasi Internasional (n=75) dan Jenisnya (n= 37)



Sumber: AMS 2022/2023

standar dan regulasi internasional tidak relevan dengan bisnis model perusahaan. Dari responden yang sudah mengikuti standar internasional, mayoritas (89,2%) mengikuti ISO 27001, sama seperti hasil AMS 2021 sebelumnya.

Penerapan Pedoman Perilaku atau Standar Industri

Penerapan pedoman perilaku atau standar industri merupakan upaya untuk memitigasi risiko usaha dalam industri Fintech. Sebanyak 77,3% responden menyatakan bahwa mereka telah mengikutinya, sementara 12,0% responden berencana untuk mengikutinya. Hanya 2,7% dari responden menilai kode perilaku tidak relevan dengan bisnis model perusahaan. Dari responden yang sudah mengikuti pedoman perilaku atau standar industri, mayoritas (43,1%) mengikuti pedoman perilaku terkait layanan *peer-to-peer lending*, yang telah dikeluarkan sejak 2019.

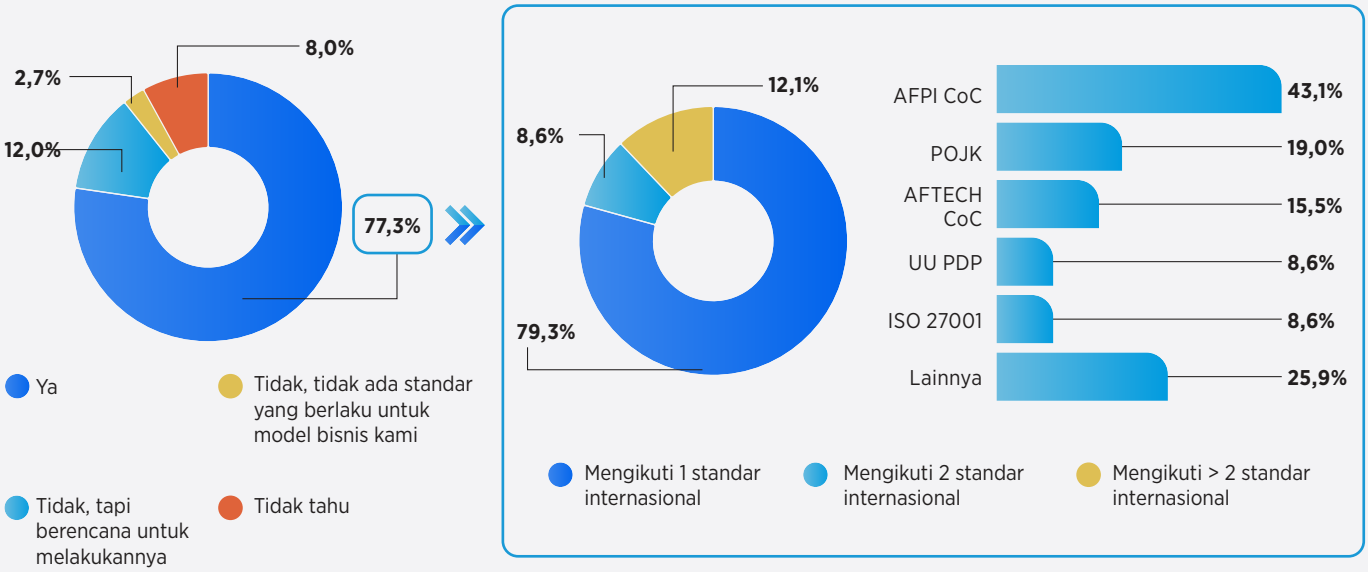
Sebagai asosiasi bagi Fintech penyelenggara Inovasi Keuangan Digital, AFTECH juga mengeluarkan Kode Perilaku untuk beberapa model bisnis Fintech Inovasi Keuangan Digital. Sebanyak 66,7% responden yang merupakan anggota AFTECH telah mengikuti Pedoman Perilaku yang diterbitkan AFTECH, sementara 17,3% berencana untuk mengikutinya.

Pedoman perilaku AFTECH paling banyak diikuti oleh responden adalah pedoman perilaku untuk industri Fintech Inovasi Keuangan Digital (56,0%) dan pedoman perilaku Penyelenggara Teknologi Finansial (38,0). Hanya 8,0% dari responden menilai kode perilaku AFTECH tidak relevan dengan bisnis model perusahaan dan 8,0% responden lain menyatakan belum mengetahui perihal pedoman perilaku AFTECH.

Terkait dengan pemenuhan standar internasional, sebanyak 49,3% responden menyatakan telah menerapkan standar internasional, dan 30,7% responden berencana untuk menerapkannya. Standar yang paling populer digunakan, yaitu ISO 27001.

ISO 27001 adalah bagian dari standar ISO 27000 yang difokuskan pada manajemen keamanan informasi. Standar ini membantu organisasi memahami dan menangani risiko keamanan yang mereka hadapi. Ini melibatkan penilaian risiko secara sistematis dan kemudian merancang dan menerapkan rangkaian kontrol keamanan atau metode lain untuk mengurangi risiko tersebut. Ini juga mencakup pemantauan berkelanjutan dan peningkatan proses tersebut untuk memastikan bahwa risiko keamanan terus dikelola seiring waktu. Penerapan ISO 27001 menunjukkan komitmen sebuah organisasi untuk menjaga keamanan dan privasi data pelanggan dan bisnisnya.

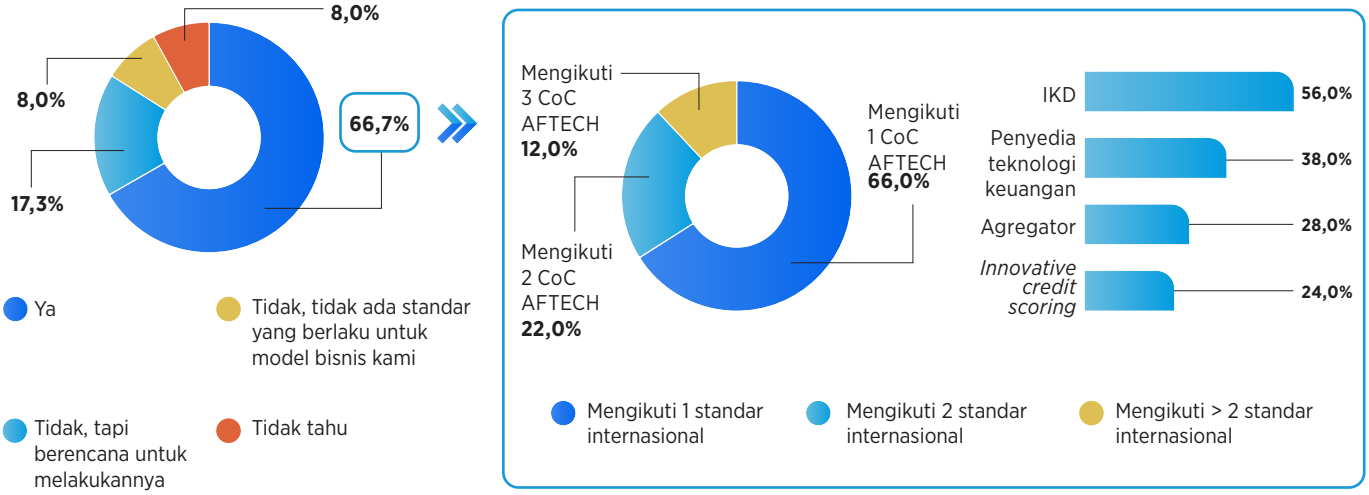
Grafik 6.25 Perusahaan yang Mengikuti Kode Etik atau Standar Industri (n=75) dan Jenisnya (n=58)



Sumber: AMS 2022/2023

Selain itu, sebanyak 77,3% responden juga telah menerapkan kode etik industri, dan 12,0% berencana untuk menerapkannya dalam waktu dekat. Kode etik industri biasanya mencakup seperangkat prinsip dan standar perilaku yang ditetapkan oleh sebuah industri untuk membantu memandu perilaku dan keputusan anggota industri tersebut. Menerapkan kode etik dapat membantu perusahaan meningkatkan reputasi mereka, mempromosikan transparansi, dan mendorong perilaku etis di antara staf mereka. Dalam industri Fintech, kode etik ini seringkali mencakup aspek seperti kejujuran, integritas, kerahasiaan data pelanggan, dan kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku.

Grafik 6.26 Perusahaan yang Mengikuti Kode Etik atau Standar Industri AFTECH (n=75) dan Jenisnya (n=50)



Sumber: AMS 2022/2023

BAB 7
KESENJANGAN DALAM EKOSISTEM FINTECH

Teknologi digital yang diusung oleh industri Fintech dinilai membuka peluang pertumbuhan inklusi keuangan. Namun, masih terdapat beberapa tantangan berupa kesenjangan, yakni: (1) teknologi dan infrastruktur pendukung, (2) keahlian, serta (3) kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.

Teknologi pendukung yang dibutuhkan untuk pengembangan produk perusahaan Fintech antara lain e-KYC, infrastruktur *cloud*, dan tandatangan digital. Untuk memenuhi kebutuhan berbagai teknologi, perusahaan Fintech masih memerlukan kerja sama dengan pihak ketiga, terutama *blockchain*. Pengadaan teknologi di Indonesia dinilai masih relatif mudah. Namun, terdapat kesenjangan infrastruktur dan teknologi yang cukup besar, terutama di daerah perdesaan.

Pelaku industri Fintech juga masih mengalami kesenjangan keahlian, meskipun mengadakan *in-house training* dalam berbagai keahlian menjadi salah satu alternatif solusi. Upaya dari perusahaan Fintech yang konsisten menyelenggarakan *in-house training* tidak terlepas dari preferensi yang sebenarnya lebih menyukai talenta dalam negeri ketimbang dari luar negeri.

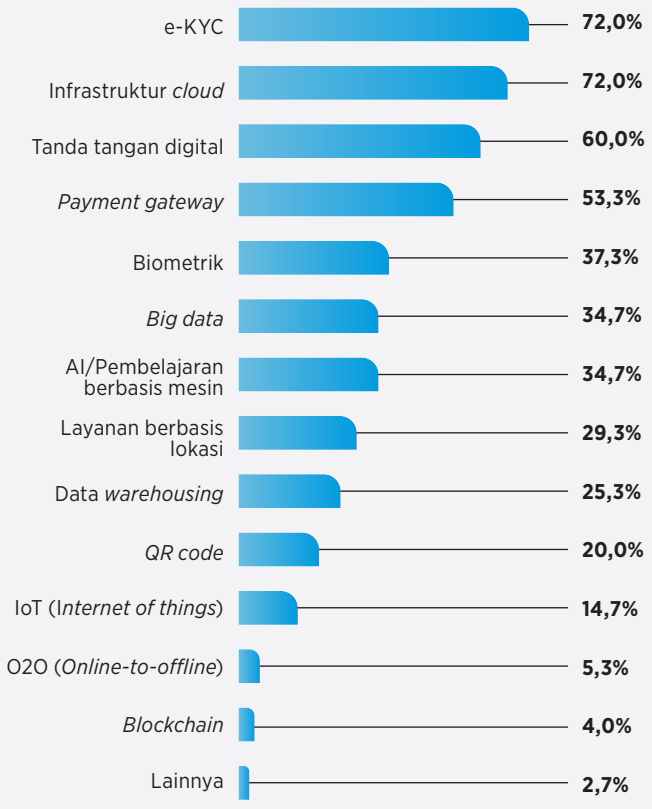
Perusahaan Fintech berupaya untuk memberikan kesempatan yang sama kepada perempuan untuk aktif, baik sebagai pengguna maupun bagian dari perusahaan. Keragaman gender dan pemberdayaan perempuan eksternal dinilai relevan bagi perusahaan untuk mendapatkan pendanaan.

Ketersediaan Teknologi Pendukung

Produk-produk keuangan Fintech perlu didukung oleh teknologi terkini yang relevan dengan perkembangan lanskap bisnis. Responden AMS 2022/2023 menyatakan teknologi pendukung yang menjadi kunci saat ini adalah e-KYC (72,0%), Infrastruktur cloud (66,7%), dan tandatangan digital (60,0%).

Masing-masing teknologi memiliki tingkat kompleksitas yang berbeda, sehingga pihak ketiga masih dibutuhkan dalam pengadaannya. Teknologi QR code merupakan teknologi yang mampu diproduksi secara in-house oleh mayoritas responden (46,7%). Sementara itu, blockchain paling banyak dikerjakan oleh pihak ketiga (66,7%).

Grafik 7.1 Teknologi yang Paling Dibutuhkan untuk Pengembangan Produk (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

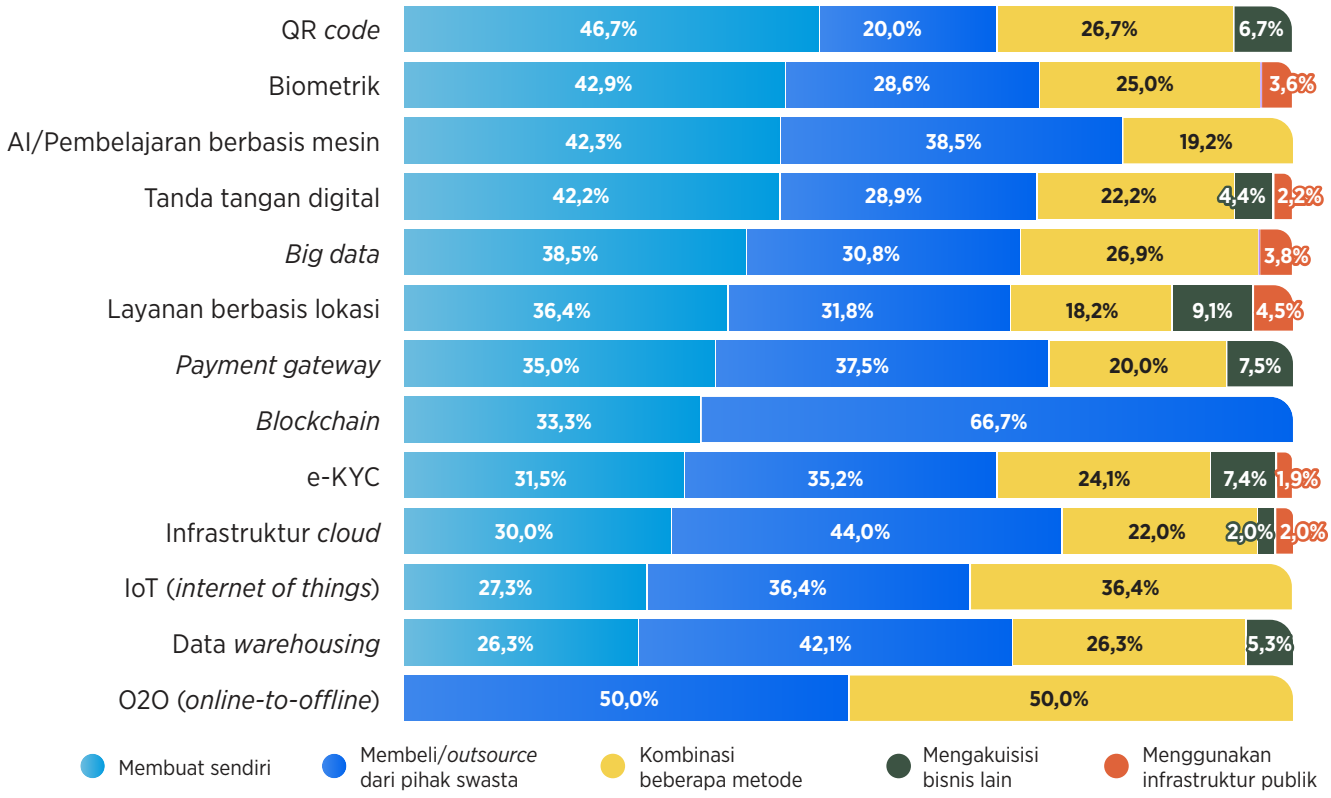
Dalam konteks lokal, survei menemukan bahwa persepsi industri terhadap pemasok teknologi lokal masih belum optimal. Sebanyak 64,0% responden merasa bahwa produsen teknologi lokal belum mampu memenuhi kebutuhan teknologi yang dibutuhkan oleh industri Fintech.

Namun, sebanyak 84,0% responden merasa tidak menghadapi kesulitan untuk mengakses teknologi dan infrastruktur pendukung yang dibutuhkan. Responden yang menjawab sebaliknya dilandasi oleh beberapa kendala, seperti hambatan regulasi (58,3%), belum memadainya infrastruktur dasar (50,0%), dan masih mahalnya harga (41,7%).

Jika dibandingkan dengan kondisi di luar negeri, sebanyak 37,3% responden merasa masih ada kesenjangan yang besar dalam hal teknologi dan infrastruktur di Indonesia dan negara-negara maju. Namun, sebanyak 57,3% responden hanya melihat kesenjangan ini pada level sedang.

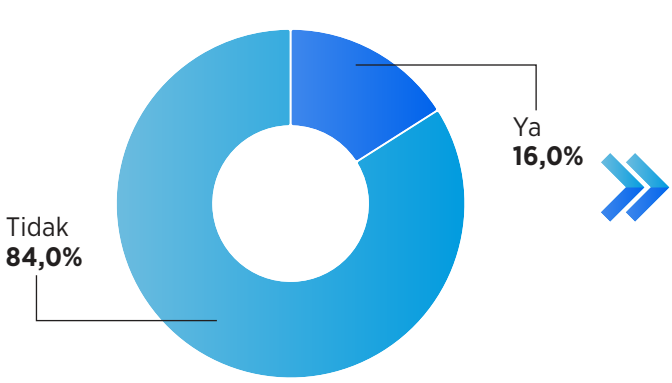
Kesenjangan teknologi ini dapat berpengaruh langsung pada kapabilitas dan efisiensi operasional dari perusahaan Fintech, misal dalam hal adopsi teknologi seperti *cloud computing*, *blockchain*, atau

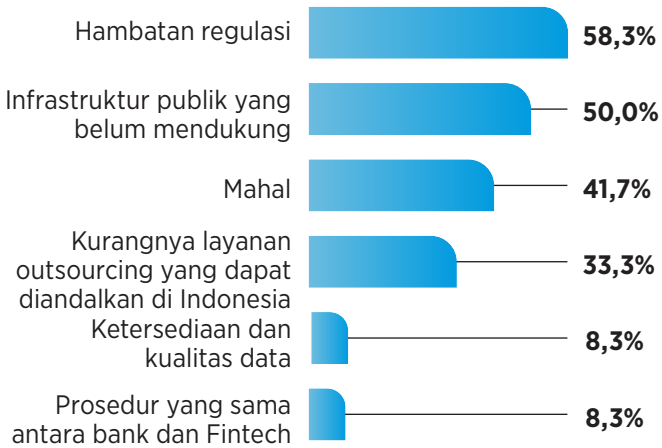
Grafik 7.2 Teknologi yang Digunakan dan Metode Pengadaan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 7.3 Kemudahan Akses (n=75) serta Faktor Penghambat Akses Teknologi dan Infrastruktur (n=12)





Sumber: AMS 2022/2023

artificial intelligence. Negara-negara maju dengan teknologi yang lebih canggih mungkin dapat menerapkan teknologi ini dengan lebih cepat dan efisien, memberikan mereka keuntungan kompetitif dalam hal peningkatan produktivitas, efisiensi biaya, dan kemampuan untuk inovasi.

Faktor geografis juga menjadi perhatian dalam penerapan teknologi di Indonesia. Responden melihat adanya disparitas antara daerah perkotaan dan perdesaan. Oleh karena itu, dukungan utama yang dibutuhkan dari pemerintah adalah dalam bentuk peningkatan infrastruktur (49%) dibandingkan relaksasi regulasi (35%), edukasi (12%), dan faktor lainnya (3%).

Tabel 7.1 Kebutuhan Dukungan dari Pemerintah (n=75)

Infrastruktur (49%)	Regulasi (35%)	Edukasi (12%)
• **Investasi dalam Infrastruktur**: Investasi dalam infrastruktur, pendanaan penelitian & pengembangan (R&D), dan kemitraan • **Kecepatan Internet**: Kecepatan internet di Indonesia jauh tertinggal dari negara lain • **Internet untuk perdesaan**: Pembangunan infrastruktur jaringan di perdesaan yang dapat digunakan oleh industri. • **Teknologi Baru & Inovasi**: Mendukung Peningkatan pengembangan teknologi baru untuk maju	• **Insentif**: lebih efektif dalam menggunakan dana pemerintah untuk UMKM • **Transparansi**: Prioritas, Transparansi, Komitmen • **Kebijakan yang Jelas**: Kebijakan dan peraturan yang jelas untuk mendukung pembangunan infrastruktur. Kebijakan ini mencakup perizinan, persetujuan lingkungan, dan tata ruang yang terkait dengan proyek infrastruktur • **Regulasi Finansial**: Perbaikan regulasi finansial untuk mendukung semua pelaku ekosistem Fintech	• **Literasi Keuangan**: Mendorong lebih banyak program pendidikan untuk mempromosikan literasi keuangan • **Kompetensi Tenaga Kerja**: Meningkatkan kualitas SDM • **Peningkatan kapasitas**: Meningkatkan kapasitas lembaga dan SDM yang terlibat dalam pembangunan infrastruktur.
		Lainnya (3%)
		• **Perlindungan Data**: Panduan dan perlindungan dalam penerapan UU PDP • **Konseling**: Memberikan solusi nyata seperti konseling langsung

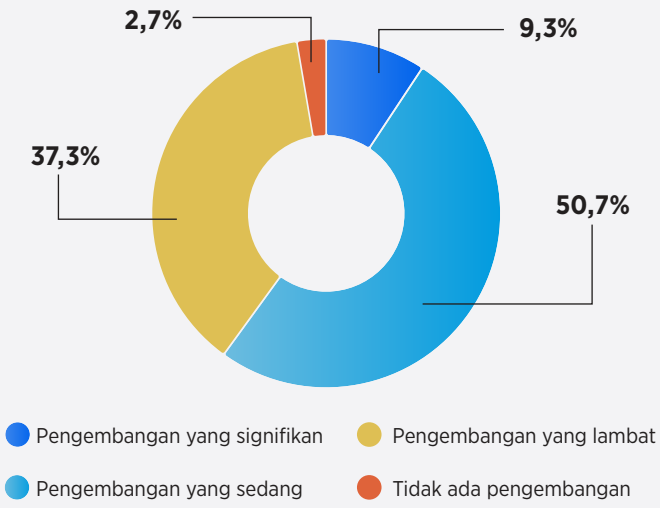
Sumber: AMS 2022/2023

Kesenjangan infrastruktur juga bisa mempengaruhi aksesibilitas dan penyebaran layanan Fintech. Infrastruktur yang kurang memadai, seperti konektivitas internet yang rendah atau terbatas, dapat menghambat perusahaan Fintech dalam menyediakan layanan mereka ke area yang lebih luas, terutama di wilayah perdesaan atau daerah terpencil. Ini dapat membatasi pertumbuhan pasar dan potensi pendapatan bagi perusahaan Fintech, dan juga berdampak pada inklusi finansial, yang merupakan salah satu tujuan utama dari industri Fintech.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, diperlukan kerja sama antara pemerintah dan industri Fintech, termasuk investasi dalam pengembangan teknologi dan infrastruktur, dan juga menciptakan lingkungan regulasi yang mendukung inovasi dan pertumbuhan dalam industri Fintech. Selain itu, promosi kemitraan dan kolaborasi antara perusahaan Fintech lokal dan internasional juga bisa menjadi strategi efektif untuk menyeimbangkan kesenjangan teknologi dan infrastruktur.

Para responden berharap pemerintah dapat mengembangkan infrastruktur jaringan di wilayah perdesaan yang dapat digunakan oleh industri. Sebanyak 50,7% responden yakin ke depan akan ada pengembangan teknologi yang mencukupi di wilayah perdesaan. Namun, hanya 9,3% yang merasa pengembangan tersebut akan signifikan.

Grafik 7.4 Prospek Pengembangan Teknologi Wilayah Perdesaan (n=75)

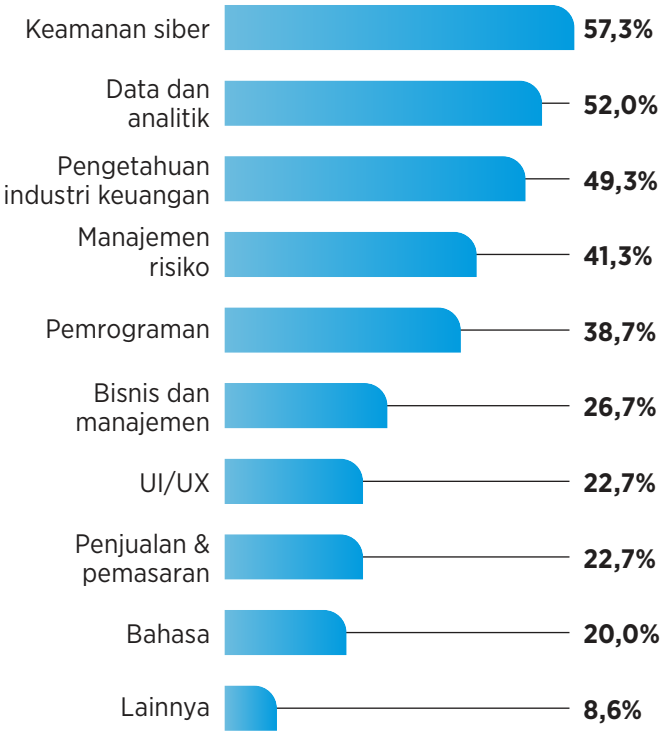


Sumber: AMS 2022/2023

Kesenjangan Keahlian

Responden AMS 2022/2023 merasa ada kesenjangan dalam beberapa keterampilan kunci di industri Fintech, dengan fokus pada keamanan siber (57,3%), analisis data (52,0%), dan pengetahuan industri keuangan (49,3%). Namun, untuk keahlian pemrograman tidak lagi dianggap sebagai area keterampilan yang mengalami kekurangan. Artinya, di dalam lanskap talenta saat ini, menemukan tenaga ahli pemrograman tidak lagi menjadi masalah.

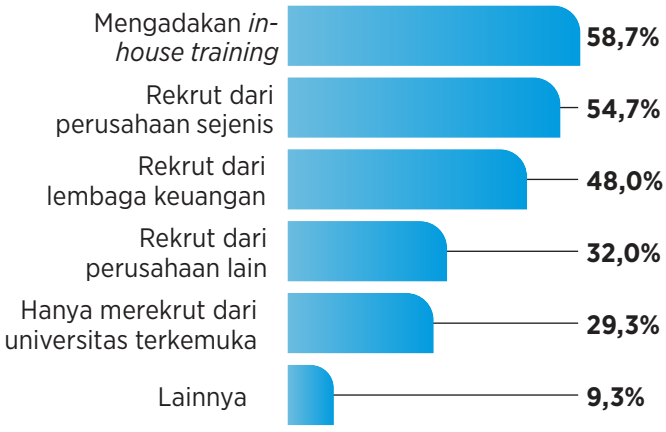
Grafik 7.5 Keahlian yang Dirasa Masih Ada Kesenjangan dengan Lanskap Talenta Saat Ini (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Responden umumnya masih mengandalkan *in-house training* (58,7%) untuk mengatasi kesenjangan keahlian. Adapun upaya lain yang dilakukan yakni merekrut dari perusahaan sejenis (54,7%) atau merekrut dari perusahaan lain (48,0%).

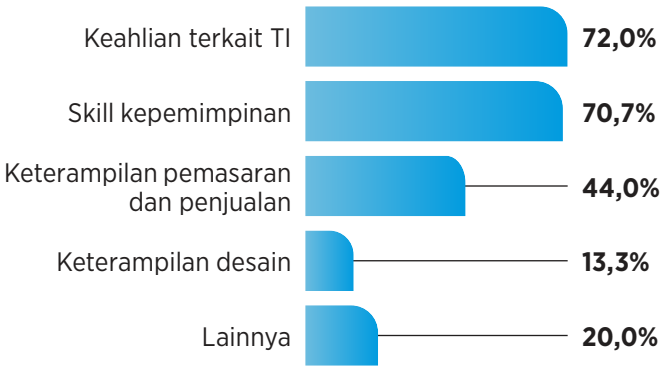
Grafik 7.6 Upaya Responden Mengatasi Kesenjangan Keahlian (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Program *in-house training* yang diberikan oleh perusahaan umumnya mengenai keahlian TI (72,0%) dan kepemimpinan (70,7%). Pelatihan kepemimpinan meningkat pesat dibandingkan dengan periode sebelumnya (58%). Hal tersebut menunjukkan responden semakin tertarik dengan kaderisasi kepemimpinan dari dalam perusahaan.

Grafik 7.7 Jenis *In-House Training* yang Diberikan (n=75)

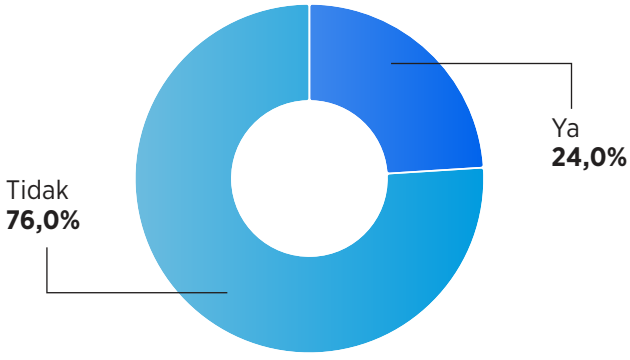


Sumber: AMS 2022/2023

Mengacu pada Global Talent Crunch, jika dibandingkan dengan India yang diproyeksikan akan surplus tenaga ahli digital lebih dari 200 juta orang pada 2030, Indonesia malah masih akan kekurangan sekitar 18 juta tenaga ahli[22]. Hal ini menunjukkan betapa relevannya program Presiden Jokowi untuk menciptakan 9 juta talenta digital pada 2030 dalam upaya mengatasi kesenjangan keterampilan.

Meski Indonesia diproyeksikan akan defisit talenta digital, sebanyak 76,0% responden memilih untuk tidak mempekerjakan talenta asing dalam rangka menutupi kesenjangan tenaga ahli.

Grafik 7.8 Mempekerjakan Talenta Luar Negeri dalam Mengisi Kesenjangan Talenta (n=75)

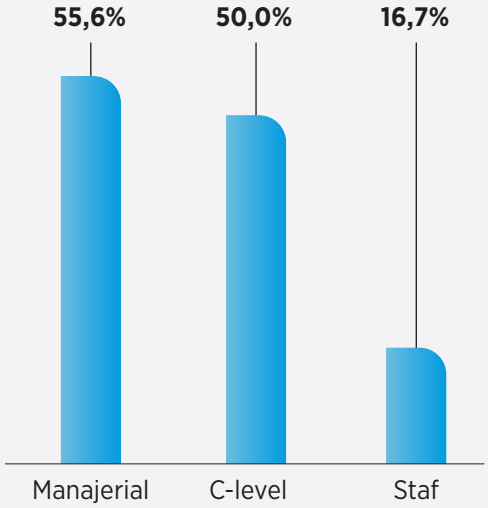


Sumber: AMS 2022/2023

22 Future of Work: The Global Talent Crunch Country Perspective: Indonesia. Korn Ferry. Diakses pada Juni 2023

Namun, beberapa responden masih membutuhkan talenta asing, yang umumnya menempati posisi manajerial (55,6%) dan posisi C-Level (50,0%).

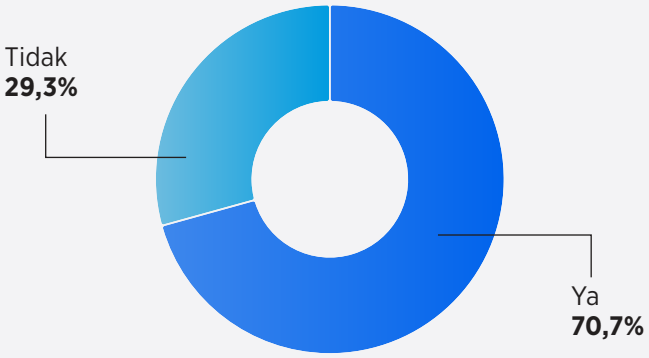
Grafik 7.9 Level Posisi Talenta Luar Negeri (n=18)



Sumber: AMS 2022/2023

Peluang untuk mengejar ketertinggalan digital di Indonesia masih sangat besar. Sebanyak 70,7% responden setuju bahwa kesenjangan ini semakin menyempit.

Grafik 7.10 Prospek Kesenjangan Talenta Digital yang Semakin Sempit di Masa Depan (n=75)



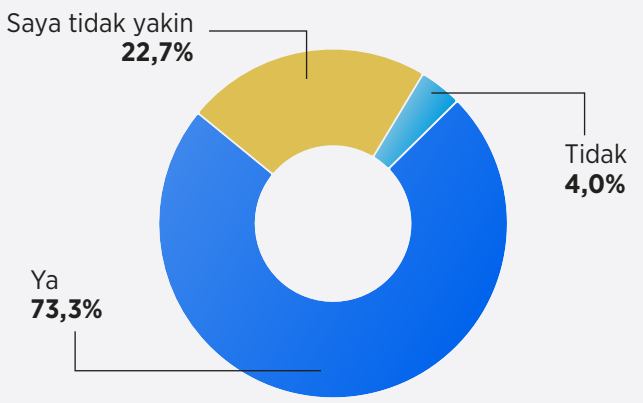
Sumber: AMS 2022/2023

Mayoritas anggota AFTECH (73,3%) sebenarnya lebih suka mempekerjakan talenta lokal. Mereka berpendapat bahwa talenta lokal memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap lanskap bisnis lokal dan proses koordinasi yang lebih mudah.

Kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan

Industri yang melibatkan teknologi, termasuk Fintech, sangat relevan terhadap upaya membuka kesempatan kepada semua masyarakat, termasuk perempuan.

Grafik 7.11 Talenta Dalam Negeri Tetap Lebih Disukai (n=75)

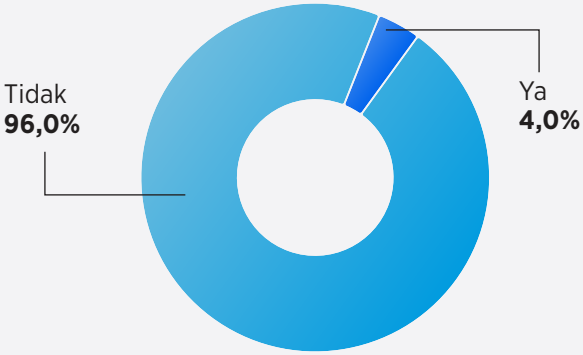


Sumber: AMS 2022/2023

Melalui pengembangan Fintech, kesempatan pemberdayaan perempuan seharusnya semakin terbuka, baik secara eksternal (pengguna), maupun internal (bagian dari perusahaan).

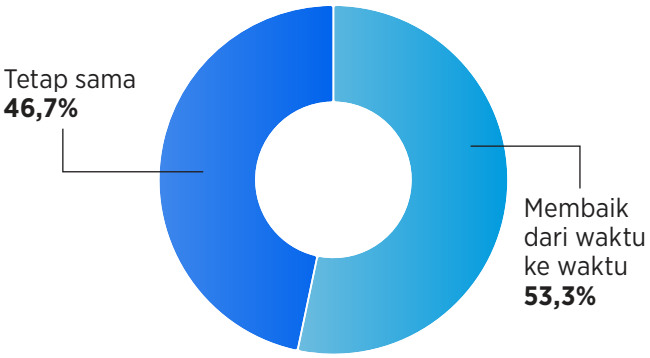
Secara eksternal, sebanyak 96,0% responden menyatakan tidak mempunyai program khusus berdasarkan gender untuk retensi klien. Hal tersebut menunjukkan perlakuan yang sama terhadap pengguna Fintech, tanpa ada perbedaan gender.

Grafik 7.12 Upaya Retensi Pengguna Berdasarkan Gender (n=75)



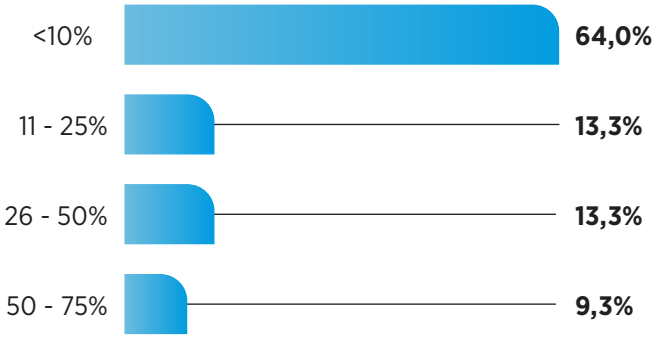
Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 7.13 Kondisi Keragaman Gender Perusahaan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 7.14 Proporsi Jajaran Direktur Perempuan (n=75)



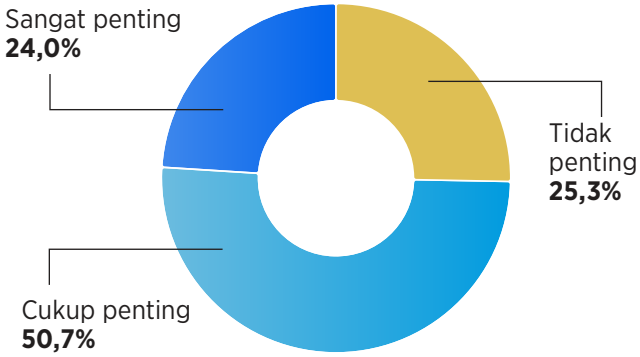
Sumber: AMS 2022/2023

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA) menemukan bahwa perempuan rentan mengalami kekerasan, khususnya pada akses Fintech ilegal. KemenPPPA berpendapat seluruh pemangku kepentingan berperan untuk menyediakan layanan produk hingga pengaduan keluhan yang berperspektif gender[23].

Dari sisi internal, 53,3% responden menjawab keragaman gender di perusahaan terus meningkat dari waktu ke waktu. Artinya masih banyak perempuan yang ingin berpartisipasi dan pada saat bersamaan masih terserap di industri Fintech.

Kesempatan bagi perempuan untuk memiliki jenjang karir yang lebih tinggi juga sangat terbuka. Dibandingkan periode sebelumnya, responden yang memiliki 11-50% perempuan dalam jajaran direksi meningkat dari 19% menjadi 26,6%. Terlihat bahwa di sektor Fintech pun kompetensi lebih dipertimbangkan dalam penempatan posisi strategis, dibandingkan evaluasi berdasarkan gender.

Grafik 7.15 Seberapa Penting Keragaman Gender di Mata Investor (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Selain untuk mengejawantahkan makna kesempatan dalam industri Fintech, kesetaraan gender sangat berpengaruh dalam pendanaan. Sebanyak 24,0% responden menyatakan bahwa calon investor menilai sangat penting dan 50,7% menilai penting aspek keragaman gender pada bisnis sebelum memberikan pendanaan.

23 Diskusi Publik dan Diseminasi Hasil Penelitian: Perempuan, Risiko, dan Perlindungan Konsumen dalam Platform Pinjaman *Online* di Indonesia. Siaran Pers Nomor: B-126/SETMEN/HM.02.04/3/2023

NEERING
ncy
ical analysis
tion
echnology
cal
nmental
rch
rial
r
hnical

BAB 8
FINTECH UNTUK LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN

Inklusi keuangan untuk semua orang adalah salah satu dari 12 prinsip Fintech yang dicetuskan oleh International Monetary Fund (IMF) dan World Bank pada 2018[24]. Fintech dianggap mampu meningkatkan inklusi keuangan dengan aksesibilitas yang relatif lebih mudah dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional.

OJK juga telah mengeluarkan regulasi bagi Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) untuk mewujudkan target Indeks Literasi Keuangan sebesar 90% pada 2024[25]. Melalui regulasi tersebut, Fintech dengan teknologi yang diusung, diharapkan mampu meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

Meskipun demikian, upaya mendorong inklusi keuangan melalui Fintech bukanlah sebuah jalan tanpa risiko, terutama mengenai keamanan dan efektivitasnya. Untuk itu, seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem ekonomi digital dan Fintech perlu berkolaborasi untuk menciptakan pendekatan yang tepat sasaran.

Pembahasan pada bab ini akan berfokus pada: (1) Literasi dan inklusi keuangan saat ini serta kebutuhan dukungan pemerintah, (2) Inisiatif Fintech dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan, dan (3) Harapan terhadap asosiasi, khususnya AFTECH.

Skor Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan yang dirilis oleh OJK terus meningkat dari tahun ke tahun. Di sisi lain, industri Fintech yang diharapkan menjadi salah satu faktor pendorong dalam peningkatan kedua indeks tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait regulasi, infrastruktur, dan edukasi terhadap masyarakat.

Edukasi sangat relevan dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK Tahun 2022, yang mana skor indeks literasi keuangan hanya sebesar 49,7%, relatif jauh dari skor indeks inklusi keuangan yang mencapai 85,1%. Oleh karena itu, industri Fintech masih membutuhkan dukungan Pemerintah untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut.

24 IMF Policy Paper - The Bali Fintech Agenda, 2018
25 POJK Nomor 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan Masyarakat.

Responden dalam sesi *in-depth interview* menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi tantangan tersendiri. Jelas bahwa akses layanan jasa keuangan tanpa pengetahuan yang layak mengenai cara memanfaatkannya, berpotensi menjadi akar masalah di masyarakat, seperti maraknya kasus investasi bodong dan pinjaman *online* ilegal.

Inklusi dan literasi keuangan juga menjadi perhatian bagi para pelaku Fintech. AMS 2022/2023 menunjukkan bahwa 88,0% responden telah menjalankan berbagai inisiatif dalam mendorong peningkatan inklusi keuangan dan 82,7% responden turut membantu upaya peningkatan literasi keuangan masyarakat. Untuk meningkatkan inklusi keuangan, bentuk inisiatif yang paling umum dilakukan oleh responden adalah kerja sama dengan lembaga keuangan lain (52,0%). Sama halnya untuk meningkatkan literasi keuangan, mayoritas responden (72,2%) juga dalam bentuk kerja sama dengan lembaga keuangan. Upaya kerja sama juga dilakukan lewat keikutsertaan pada proyek-proyek Pemerintah, walaupun hanya 9,3% responden yang mengaku pernah terlibat. Sebanyak 64,0% responden juga telah berpartisipasi dalam kegiatan edukasi masyarakat melalui berbagai acara dan platform media sosial.

Namun demikian, upaya penyediaan produk untuk masyarakat *unbanked* dan *underbanked* menurun dari 73% pada AMS 2021 menjadi 66,7% pada AMS 2022/2023.

AFTECH merupakan salah satu asosiasi yang telah diakui oleh regulator untuk mewadahi para perusahaan Fintech. Sebagai anggota dari asosiasi, 70,7% responden mengharapkan AFTECH memiliki peran lebih kuat dalam penanganan isu dengan pihak eksternal, dibandingkan pengembangan internal (36,0%).

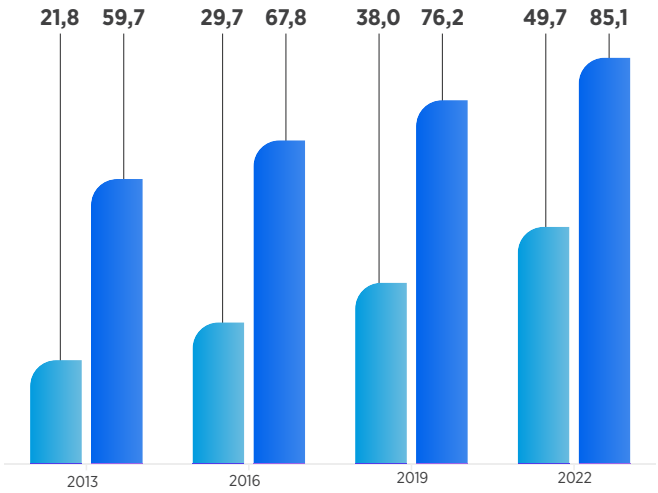
Dari berbagai pihak eksternal, mayoritas responden (77,4%) mengharapkan penanganan isu dalam menghadapi pemerintah/regulator/pembuat kebijakan lebih diutamakan dibandingkan dengan masyarakat umum (22,6%) dan pihak lainnya (7,5%).

Namun demikian, secara internal AFTECH diharapkan dapat terus menyediakan kegiatan yang bermanfaat bagi para anggotanya, seperti memberikan diskusi dan bimbingan, menjaga lingkungan organisasi yang kondusif, dan mendorong upaya kolaboratif antaranggota.

Literasi dan Inklusi Keuangan Saat Ini serta Kebutuhan Dukungan Pemerintah

Pada 2022, Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan yang dirilis OJK meningkat dibandingkan 2019. Skor indeks literasi keuangan sebesar 49,7%, melonjak dibanding 2019 yang hanya 38%. Sementara itu, skor indeks inklusi keuangan mencapai 85,1%, naik dibandingkan dengan 2019 yang sebesar 76,2%.

Grafik 8.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia (2013-2022)



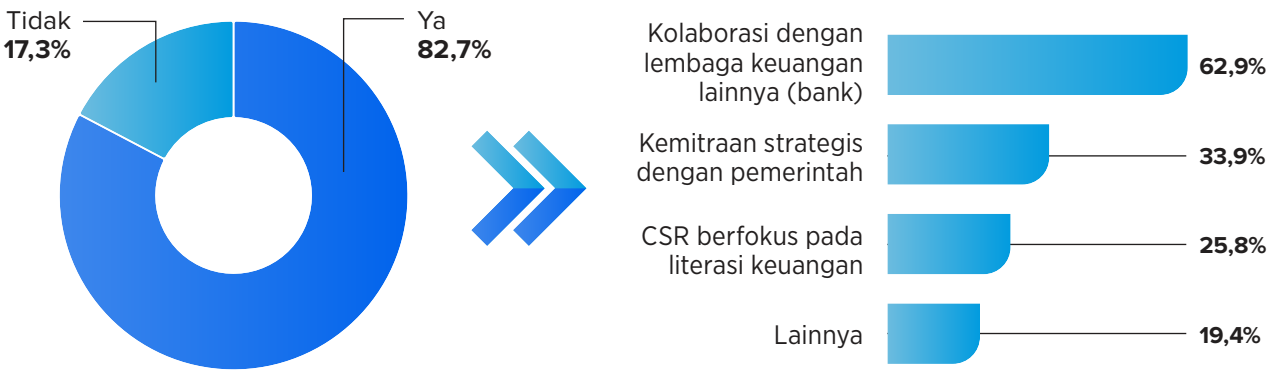
Sumber Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022 - OJK (Diolah Databoks)

Sektor Fintech memiliki potensi untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Namun, hasil survei AMS 2022/2023 menyoroti opini responden yang menyatakan regulasi masih menjadi tantangan dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan melalui Fintech. Melalui Undang-undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan dan Peraturan OJK Nomor 3 Tahun 2023 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan Masyarakat, Pemerintah sebenarnya telah berupaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Fintech dan layanan keuangannya. Pemerintah juga berupaya melalui *regulatory sandbox*, yaitu mekanisme pengujian yang dilakukan OJK terhadap ekosistem Fintech sebelum menetapkan kebijakan. Hal tersebut bertujuan menciptakan kebijakan melalui pendekatan dinamis sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain regulasi, responden juga menyatakan kebutuhan akan dukungan pengembangan infrastruktur untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Hal tersebut sangat relevan dengan target peningkatan literasi dan inklusi keuangan masyarakat, mengingat faktor geografis Indonesia sebagai negara kepulauan. Akses, stabilitas, dan kualitas jaringan internet yang menjadi kebutuhan dasar industri Fintech diharapkan dapat lebih merata di seluruh wilayah Indonesia.

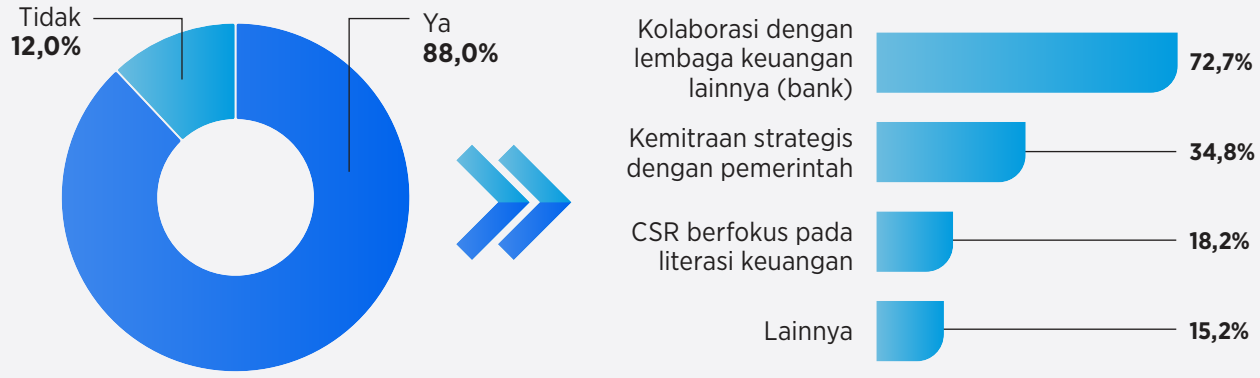
Dibandingkan dengan inklusi keuangan, skor indeks literasi keuangan relatif jauh lebih rendah. Oleh karena itu, para responden juga berharap Pemerintah dapat mendukung peningkatan edukasi dan bimbingan terhadap masyarakat. Jangkauan program edukasi Pemerintah kepada masyarakat yang lebih masif diharapkan akan yang menjembatani kepentingan Pemerintah dengan kebutuhan para pelaku usaha Fintech.

Grafik 8.2 Inisiatif Terkait Literasi Keuangan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 8.3 Inisiatif Terkait Inklusi Keuangan (n=75)



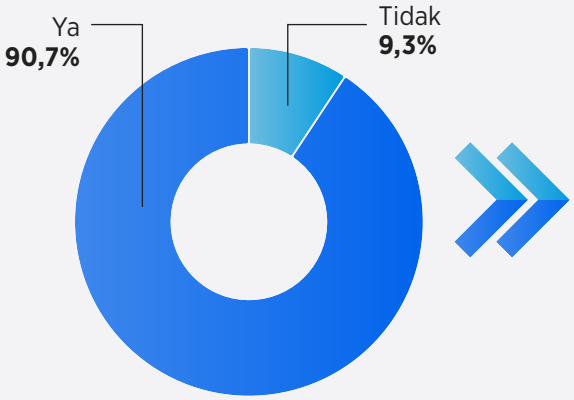
Sumber: AMS 2022/2023

Inisiatif Fintech dalam Mendorong Literasi dan Inklusi Keuangan

Perusahaan Fintech mencoba menjalankan berbagai inisiatif untuk mendorong inklusi dan literasi keuangan. Untuk literasi keuangan, 82,7% responden menyatakan telah melakukan sejumlah inisiatif. Sebanyak 62,9% dari responden yang menjalankan inisiatif literasi keuangan telah menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan seperti bank. Untuk inklusi keuangan, 88,0% responden juga telah menjalankan berbagai inisiatif. Sebanyak 72,7% dari responden yang menjalankan inisiatif inklusi keuangan juga telah menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan seperti bank.

Untuk mendorong literasi dan inklusi keuangan juga dapat dilakukan kerja sama dengan Pemerintah melalui partisipasi dalam proyek-proyek yang relevan. Berdasarkan hasil survei, terdapat 9,3% responden turut berpartisipasi dalam proyek Pemerintah. Beberapa pelaku Fintech turut serta dalam program penyaluran Kartu PraKerja, penyaluran bantuan sosial Covid-19, penyaluran bantuan Subsidi Upah, penggunaan tanda tangan digital untuk dokumen wajib pajak, pelayanan e-KYC, penerapan *e-Procurement* pengadaan barang dan jasa Pemerintah, dan kampanye gerakan Bangga Buatan Indonesia (BBI).

Grafik 8.4 Partisipasi dalam Proyek Pemerintah (n=75) dan Proyek yang Diikuti (n=7)



Sumber: AMS 2022/2023

1. Distribusi Kartu Prakerja - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI
2. Bangga Buatan Indonesia
3. Pengadaan layanan sistem electronic-know your customer (E-KYC) - PT Antam Tbk (BUMN)
4. Sertifikat digital bagi wajib pajak - Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan RI
5. Transportasi publik - Kementerian Perhubungan RI
6. Kemenkop UKM - SMESCO
7. Pembiayaan berbasis *e-Procurement* - LKPP
8. Penyaluran Bansos COVID 19 – Kementerian Sosial RI
9. Penyaluran Bantuan Subsidi Upah (BSU) – Kementerian Ketenagakerjaan RI

Kartu Prakerja Meningkatkan Inklusi Keuangan

Kartu Prakerja merupakan salah satu program pemerintah yang ditujukan untuk mengembangkan kompetensi dari masyarakat dalam menghadapi transformasi digital dan Pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil survei evaluasi kinerja yang dilakukan secara internal, mekanisme penyaluran bantuan yang diberikan melalui rekening bank dan dompet digital telah membantu akselerasi inklusi keuangan.

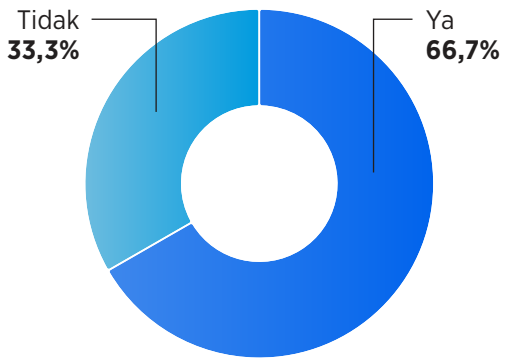
Semenjak program diluncurkan pada 2020 hingga Desember 2022, tercatat telah ada 16 juta penerima insentif melalui rekening bank dan e-wallet. Dari jumlah tersebut, 29% terinklusi setelah mengikuti program kartu Prakerja karena sebelumnya tidak pernah mempunyai rekening bank atau e-wallet.

Evaluasi yang dilakukan pihak eksternal juga menyatakan hal yang sama, dimana terdapat dampak kebijakan Kartu Prakerja terhadap peningkatan inklusi keuangan. JPAL dalam laporannya menuliskan Kartu Prakerja meningkatkan kepemilikan dompet digital hingga 53%.

Sumber: Survei Evaluasi Program Kartu Prakerja

Kendati edukasi dan bimbingan terhadap masyarakat mengenai literasi keuangan bisa difasilitasi oleh Pemerintah, ternyata 64,0% responden telah menjalankan program edukasi secara mandiri. Beberapa program literasi keuangan secara mandiri dijalankan oleh pelaku Fintech, antara lain melalui program *roadshow/workshop*, acara "Bulan Inklusi Keuangan 2022", dan penggunaan platform media sosial.

Grafik 8.5 Produk Khusus Masyarakat *Unbanked* dan *Underbanked* (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

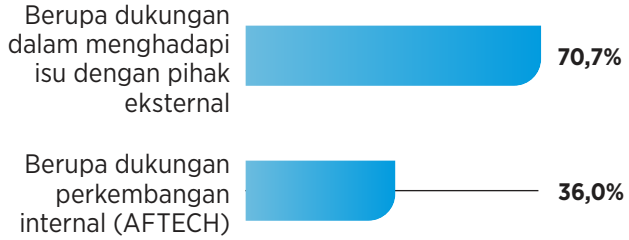
Strategi lain para responden untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan adalah menyediakan produk atau layanan yang dikhususkan untuk segmen masyarakat *unbanked* dan *underbanked.* Namun demikian, hasil AMS 2022/2023 menunjukkan 66,7% responden menyasar segmen tersebut, menurun dari hasil survei periode sebelumnya yang mencapai 73,0%.

Harapan Terhadap Asosiasi

Undang-undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan mewajibkan penyelenggara Fintech jasa keuangan untuk tergabung dalam asosiasi. AFTECH sebagai salah satu asosiasi yang telah resmi ditunjuk oleh OJK sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital, merupakan wadah bagi para anggota untuk berdiskusi dan berkolaborasi guna memperkuat industri Fintech nasional.

Para anggota AFTECH berharap dengan tergabung dalam asosiasi yang memiliki peran strategis, cita-cita mewujudkan kemajuan industri Fintech dapat terlaksana, baik melalui pendekatan eksternal, maupun internal. Sebanyak 70,7% responden lebih mengharapkan peran asosiasi secara eksternal, yaitu dalam menghadapi isu-isu yang terkait pemangku kepentingan, ketimbang pendekatan melalui pengembangan internal yang hanya disuarakan oleh sebanyak 36,0% responden.

Grafik 8.6 Harapan untuk AFTECH dalam Memajukan Industri Fintech (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Seluruh jenis industri, termasuk Fintech, tentu menghadapi berbagai isu dengan pemangku kepentingan. Survei AMS 2022/2023 menunjukkan pelaku Fintech pada umumnya menghadapi isu dengan pihak eksternal, yaitu Pemerintah (77%), publik (23%) dan pihak lain seperti jasa keuangan konvensional dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) (7%). Para responden mengharapkan semangat memajukan daya saing Fintech Indonesia dapat tercapai dengan adanya peran AFTECH sebagai asosiasi dalam menghadapi isu para pelaku Fintech dengan pihak eksternal.

Mayoritas responden AMS 2022/2023 menganggap isu dengan pihak eksternal lebih penting dibandingkan dengan isu internal asosiasi. Namun, secara internal para anggota juga mengharapkan peran dari AFTECH, terutama untuk dua hal, yaitu: (1) Menjalankan upaya atau aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi para anggota, seperti edukasi atas peraturan, riset mengenai kondisi pasar, menghubungkan dengan investor atau rekanan bisnis, dan juga arahan bagi para anggota baru; serta (2) Menjaga agar terciptanya lingkungan organisasi yang sehat, kondusif dan kolaboratif di antara para anggota, melalui penyelenggaraan forum dan platform komunikasi.

Grafik 8.7 Berbagai Pemangku Kepentingan Terkait Fintech dan Peran yang Diharapkan dari AFTECH (n=75)

Isu terkait Pemerintah/Regulator/Pembuat Kebijakan (77%)	Isu terkait Publik (23%)	Isu terkait Pihak Lain (Jasa Keuangan Konvensional, NGO) - (7%)
Meningkatkan komunikasi dan menjadi jembatan antara pelaku industri Fintech dengan pemerintah/regulator/pembuat kebijakan: • Kebijakan yang semakin sejalan dengan kebutuhan dan kondisi industri Fintech saat ini. • Mekanisme umpan balik atas kebijakan yang ada, antara lain dengan memberikan masukan, memperoleh penjelasan/ klarifikasi, mendiskusikan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi industri.	Secara aktif berupaya mendorong tumbuhnya literasi keuangan, serta kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang produk Fintech.	Berkolaborasi dengan pihak terkait untuk meningkatkan literasi keuangan dan akses masyarakat terhadap produknya.
Mendorong dan mendukung Pemerintah untuk pemerataan dan percepatan pembangunan infrastruktur jaringan internet sebagai tulang punggung industri Fintech.	Memediasi ketika terjadi permasalahan antara pelaku industri Fintech dan konsumen	

BAB 9 ANALISIS GENDER

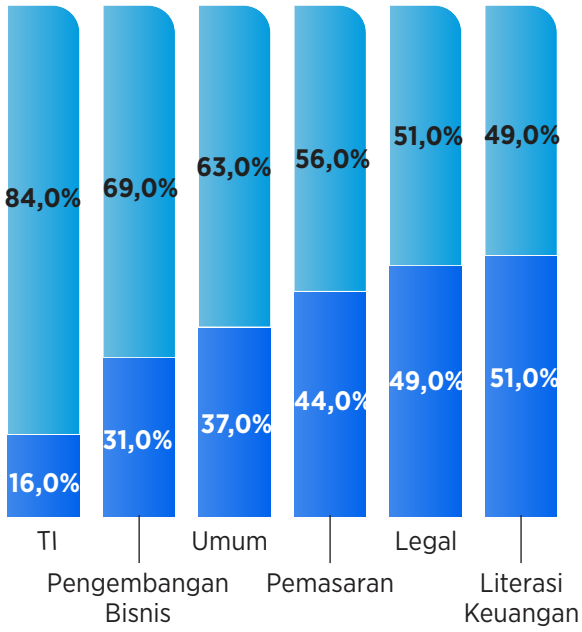
A. Keragaman Gender di Susunan Staf

Keterwakilan Perempuan

Di antara 75 perusahaan yang berpartisipasi dalam AMS 2022/2023, rata-rata 37% tenaga kerjanya adalah perempuan. Sebanyak 61% perusahaan menyatakan mereka mempekerjakan antara 26-50% tenaga kerja perempuan di semua jabatan, yang menunjukkan peningkatan dari 53% perusahaan pada AMS 2021.

Dalam bidang bisnis fungsional, bidang Literasi Keuangan memiliki konsentrasi terbesar tenaga kerja perempuan, dengan jumlah perempuan sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki secara keseluruhan. Selain itu, di bidang Legal, perbandingan antara jumlah tenaga kerja perempuan dan tenaga kerja laki-laki mendekati paritas gender. Keterwakilan perempuan masih kurang dalam bidang Pemasaran, yang mana 66% anggota tim adalah laki-laki. Perempuan juga masih kurang terwakili dalam bidang Teknologi Informasi dan Pengembangan Bisnis.

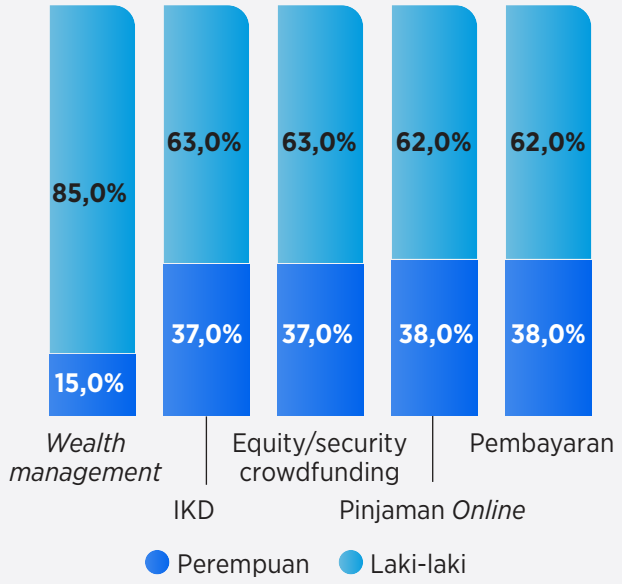
Grafik 9.1 Perbandingan Tenaga Kerja Laki-laki dan Perempuan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Berdasarkan pengelompokan responden menurut jenis bisnis perusahaan, segmen dengan keterwakillan terendah adalah manajemen kekayaan (*wealth management)* yang mana hanya 15% dari total tenaga kerja adalah perempuan.

Grafik 9.2 Perbandingan Tenaga Kerja Laki-laki dan Perempuan Berdasarkan Klaster (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Perempuan Dalam Kepemimpinan

Menurut penelitian yang dilakukan International Monetary Fund (IMF), perempuan hanya memegang kurang dari 10% jabatan pemimpin di tingkat pendiri dan direksi di perusahaan Fintech secara global.[26] AMS 2022/2023 juga mendukung temuan ini. Terdapat 67% perusahaan Fintech melaporkan bahwa kurang dari 10% perempuan memegang jabatan direksi di perusahaannya. Fintech Pembayaran Digital melaporkan persentase keterwakilan perempuan yang paling rendah, diikuti oleh Fintech Inovasi Keuangan Digital (IKD) dan Fintech Pinjaman *Online* yang mana hampir dua pertiga melaporkan kurang dari 10% perempuan menjabat di direksi mereka.

Hanya di 13% perusahaan dalam survei (n=9) di mana perempuan memegang jabatan CEO atau yang setara, dan 21% perusahaan melaporkan bahwa setidaknya salah satu pendirinya adalah perempuan.

Kebijakan Kelembagaan

Mayoritas anggota AFTECH yang menjadi responden survei menjalankan praktik baik dalam hal kebijakan antidiskriminasi dan pelecehan seksual di tempat kerja.

26 IMF, diakses dari https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2022/07/15/Women-in-Fintech-As-Leaders-and-Users-520862

Sebanyak 91% perusahaan Fintech memiliki kebijakan kesempatan yang setara atau antidiskriminasi dan lebih dari 77% melaporkan memiliki kebijakan antipelecehan seksual. Adanya kebijakan antipelecehan seksual dalam buku pedoman dan materi orientasi tenaga kerja merupakan persyaratan minimum untuk memastikan lingkungan kerja yang aman bagi semua tenaga kerja dan juga memastikan perusahaan mematuhi Keputusan Menteri Tenaga Kerja Nomor 88 Tahun 2023 tentang Pedoman Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Tempat Kerja, yang mencakup kewajiban baru untuk membentuk gugus tugas pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di tempat kerja, dan memberikan kompensasi kepada korban.

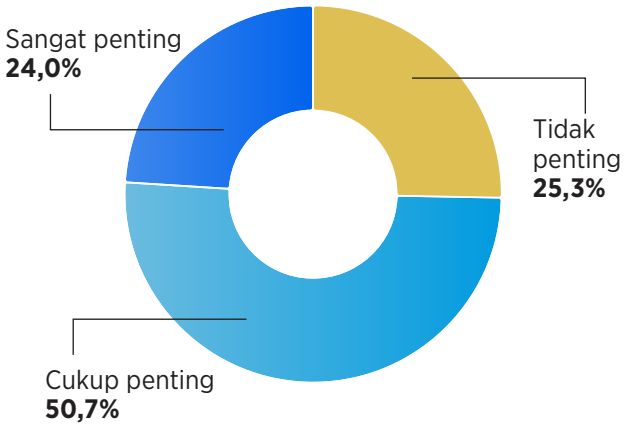
Hampir 1 dari 4 perusahaan yang disurvei memiliki strategi perekrutan yang menargetkan tenaga kerja perempuan. Dibandingkan rata-rata perusahaan lainnya, Fintech IKD dan Pinjaman *Online* lebih jarang memiliki strategi perekrutan yang menargetkan tenaga kerja perempuan. Hal ini perlu diperbaiki, karena upaya penargetan yang eksplisit merupakan langkah penting untuk memastikan keseimbangan dalam proses rekrutmen dan pengangkatan sebagai tenaga kerja.

Undang-undang di Indonesia memberikan hak kepada pekerja perempuan untuk cuti bersalin selama 13 minggu, dan banyak responden survei yang juga memberikan tunjangan cuti bersalin. RUU Kesejahteraan Ibu dan Anak yang baru memuat ketentuan untuk menaikkan cuti bersalin menjadi 6 bulan dan memberikan cuti suami yang istrinya melahirkan (*paternity leave*) maksimal 40 hari setelah kelahiran anak. Di antara anggota AFTECH yang telah menawarkan cuti suami antara lain Fintech Pembayaran, 64% di antaranya menawarkan cuti ayah; dan IKD, yang lebih dari 56% di antaranya menawarkan cuti untuk suami dan menjadi yang terdepan dalam hal ini. Dari sampel, sebanyak 9% perusahaan melaporkan mereka menawarkan cuti yang netral gender kepada orang tua yang baru memiliki anak. Ini adalah praktik baik bagi perusahaan yang ingin meningkatkan inklusi dan kesetaraan gender dan dapat digunakan untuk lebih mendorong laki-laki untuk mengambil cuti orang tua, sehingga mendukung upaya pembagian tanggung jawab pengasuhan.

Pentingnya Keragaman Gender dan Investasi Lensa Gender

Hampir 51% responden survei percaya bahwa keragaman gender cukup penting bagi investor dan calon investor. Terlepas dari pertumbuhan strategi *gender-lens investing*, 25% responden percaya bahwa investor belum memprioritaskan keragaman gender. Menurut penelitian dari Project Sage, jumlah dana *gender-lens investing* meningkat hampir 50% sejak 2020 dan 255% sejak 2017. Sebanyak 206 dana yang menyediakan data untuk Project Sage 4.0 telah mengumpulkan dana sebesar 6 miliar dan telah menetapkan target penggalangan dana sebesar 13,2 miliar[27].

Grafik 9.3 Pentingnya Keragaman Gender bagi Investor atau Calon Investor (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Tren Dari Waktu ke Waktu

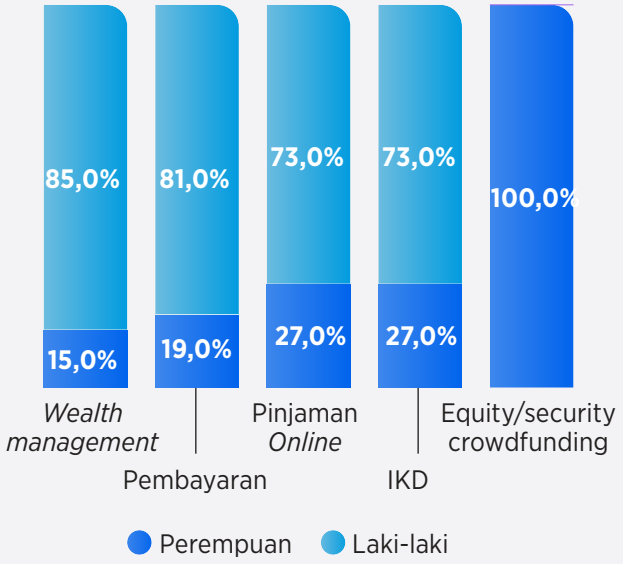
Lebih dari separuh responden mengatakan bahwa keragaman gender di perusahaan mereka meningkat dari waktu ke waktu. Di hampir 60% IKD dan 40% Pinjaman *Online*, responden menunjukkan bahwa keragaman gender meningkat. Namun, meningkatnya keragaman gender pada level direksi tampaknya tidak berkorelasi dengan peningkatan keragaman gender di tingkat staf Fintech secara keseluruhan.

Sementara perempuan mewakili lebih dari sepertiga tenaga kerja Fintech secara keseluruhan dalam sampel, laki-laki lebih sering dipromosikan ke posisi yang lebih

27 The Wharton School, diakses dari https://www.wharton.upenn.edu/story/new-gender-lens-investing-research-insights-from-project-sage-4-0/

senior. Keterwakilan perempuan secara keseluruhan yang lebih rendah, ditambah dengan lebih jarangnya perempuan mendapat promosi, dapat memperlambat kemajuan menuju kesetaraan gender.

Grafik 9.4 Perbandingan Promosi Tenaga Kerja Laki-laki dan Perempuan Berdasarkan Klaster (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

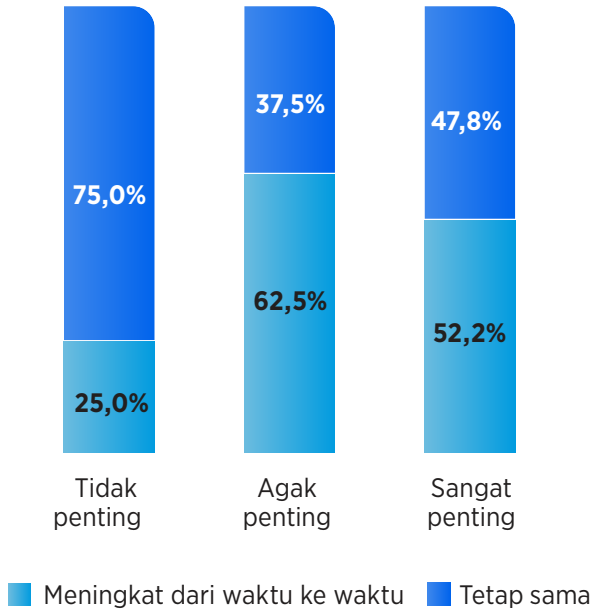
B. Perempuan Sebagai Target Pasar

Menargetkan Perempuan

Dari sampel data, terdapat hampir dua pertiga perusahaan Fintech yang bekerja langsung dengan konsumen (B2C) memiliki paling sedikit 25% pengguna perempuan. Di antara Fintech tersebut, perusahaan yang melihat nilai lebih dalam menargetkan pengguna perempuan cenderung memiliki keragaman gender yang lebih besar juga di internal organisasinya. Misalnya, hampir setengah dari Fintech yang menjawab bahwa menargetkan pengguna perempuan 'Cukup Penting' atau 'Sangat Penting', juga melaporkan bahwa keragaman gender dalam perusahaan mereka meningkat dari waktu ke waktu.

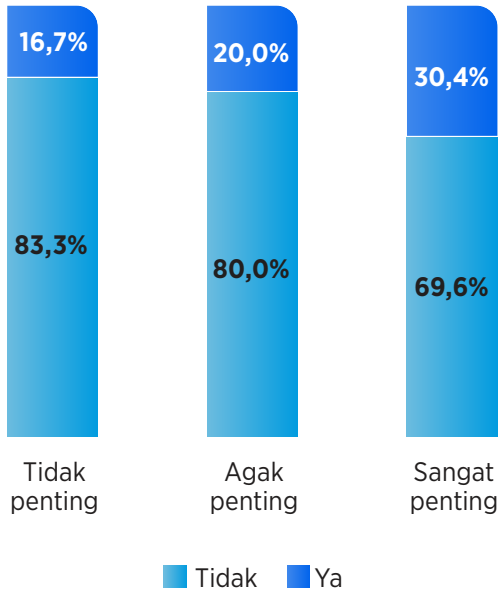
Perusahaan yang pendiri atau salah satu pendirinya perempuan juga lebih cenderung memprioritaskan untuk menargetkan perempuan.

Grafik 9.5 Pentingnya Menargetkan Pengguna Perempuan (n=75)



Sumber: AMS 2022/2023

Grafik 9.6 Pentingnya Menargetkan Pengguna Perempuan Menurut Perusahaan yang Memiliki Pendiri Perempuan (n=75)

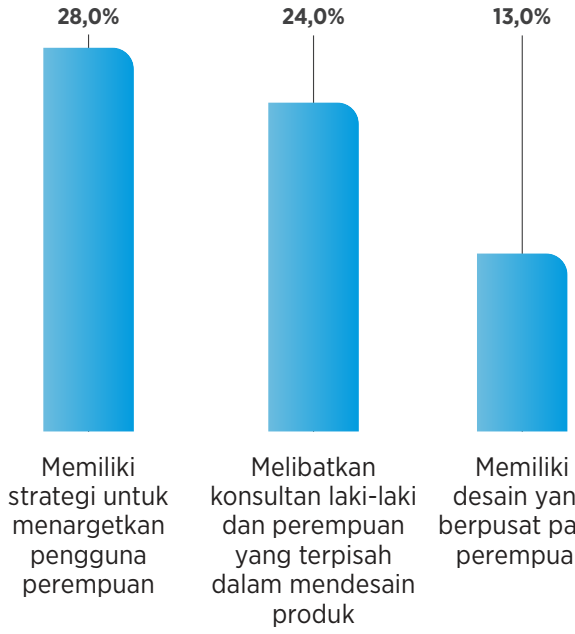


Sumber: AMS 2022/2023

Strategi dan penargetkan untuk pengguna perempuan

Anggota AFTECH dengan strategi yang menarget perempuan adalah yang siap memanfaatkan peluang pasar yang besar dan belum dijajaki. Sebanyak 28% responden survei memiliki strategi untuk menargetkan pengguna perempuan, dan hanya 24% responden survei yang memasukkan konsultasi terpisah dengan laki-laki dan perempuan dalam proses desain produk untuk memahami perbedaan perilaku, kebutuhan, dan preferensi yang berbeda antara laki-laki dan perempuan. Survei juga menunjukkan, hanya 13% responden yang mempertimbangkan perilaku, kebutuhan, dan preferensi perempuan dalam merancang produk, layanan, atau kanal mereka.

Grafik 9.7 Strategi untuk Menargetkan Pengguna Perempuan (n=75)



Segmentasi pelanggan

Seperti halnya dengan segmen pelanggan atau pengguna lainnya, perempuan juga bukan kelompok yang homogen. Oleh karena itu, survei juga meminta perusahaan Fintech untuk menunjukkan segmentasi tambahan, jika ada, yang mereka gunakan untuk memahami kebutuhan pengguna dan merancang produk dan layanan keuangan sesuai kebutuhan segmen tersebut. Sebanyak 29% Fintech menggunakan segmentasi perempuan berdasarkan usia, 31% Fintech menggunakan segmentasi pengguna perempuan berdasarkan geografi dan 35% mempertimbangkan jenis pekerjaan.

Kesimpulan & Rekomendasi

Meskipun kesetaraan gender secara umum di industi Fintech bergerak ke arah yang positif, masih terdapat banyak hal yang perlu dilakukan untuk mencapai kesetaraan gender dalam hal meningkatkan jumlah tenaga kerja perempuan dan peran kepemimpinan perempuan di Fintech. Saat ini sudah terdapat praktik yang menjanjikan dalam kebijakan keragaman di internal Fintech dan dalam menargetkan perempuan. Namun demikian, perusahaan dapat melakukan lebih banyak lagi untuk memasukkan fokus pada perempuan dalam strategi dan proses desain produk secara eksplisit. Data yang dikumpulkan dalam survei menunjukkan adanya hubungan antara keterwakilan perempuan dalam susunan tenaga kerja dan pentingnya menargetkan pengguna perempuan, termasuk ketika pendiri atau salah satu pendiri perusahaan adalah perempuan. Hubungan ini juga menunjukkan peluang bagi investor untuk mengarahkan investasi ke lebih banyak perempuan pendiri perusahaan Fintech untuk meningkatkan fokus sektor dalam menargetkan pengguna perempuan dan mempromosikan keragaman gender, kesetaraan dan inklusi di dalam perusahaan Fintech.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden survei AMS 2022/2023 serta narasumber yang terlibat dalam *in-depth interview* yang mengkontribusikan masukan dan *feedback* terkait perkembangan industri Fintech selama penyusunan laporan ini.

- Saat Prihartono, *Country Director* Indonesia Trusting Social
- Chiragh Kirpalani, *Chief Operating Officer* Ayoconnect
- Andi Taufan Garuda Putra, *Chief Executive Officer* & *Founder* Amartha

AFTECH:
Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) secara resmi ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital di Indonesia berdasarkan POJK No. 13/2018. AFTECH juga berperan sebagai organisasi payung bagi seluruh vertikal tekfin. AFTECH memiliki 366 anggota yang terdaftar (per 2022), yang meliputi perusahaan/perusahaan rintisan (startup) tekfin, institusi keuangan serta mitra pengetahuan dan teknologi.

AFTECH bekerjasama dengan pemerintah, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya dalam rangka membangun ekosistem tekfin yang bertanggung jawab, yang dapat melayani seluruh segmen konsumen dan meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia.

KIC:
Katadata Insight Center (KIC) adalah unit bisnis Katadata yang fokus pada penelitian dan analisis data. KIC menyediakan informasi yang mendalam untuk memahami pasar, pelanggan, lanskap bisnis, dan pengambilan keputusan. Penelitian kami dirancang secara eksklusif untuk memenuhi kebutuhan spesifik anda.

Keahlian kami adalah menyederhanakan hal yang kompleks tanpa kehilangan esensinya, berbasis data dan penelitian. Kami memiliki jaringan nasional yang kuat, tim yang solid, dan profesional. Hasil kerja kami menjadi referensi bagi pemangku kepentingan strategis seperti pembuat kebijakan, pelaku bisnis dan pembuat opini.

WWB:

Women's World Banking adalah organisasi non-profit global yang bekerja untuk mendorong peningkatan aset ekonomi, keterlibatan, dan kekuatan perempuan berpenghasilan rendah, dengan membantu mereka mengakses layanan keuangan, pengetahuan, dan pasar. Kami bekerja sama dengan institusi keuangan, penyedia jasa, pengambil kebijakan, investor, dan donor untuk menyediakan produk, layanan, praktik pemasaran, dan kebijakan yang menggunakan lensa gender dalam pengembangannya.

Penerbitan AMS 2022/2023 didukung oleh The Bill & Melinda Gates Foundation (BMGF).

fintech
indonesia