



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Pengukuran Kinerja LKM: Kinerja Keuangan dan Sosial

Tujuan Pengukuran Kinerja

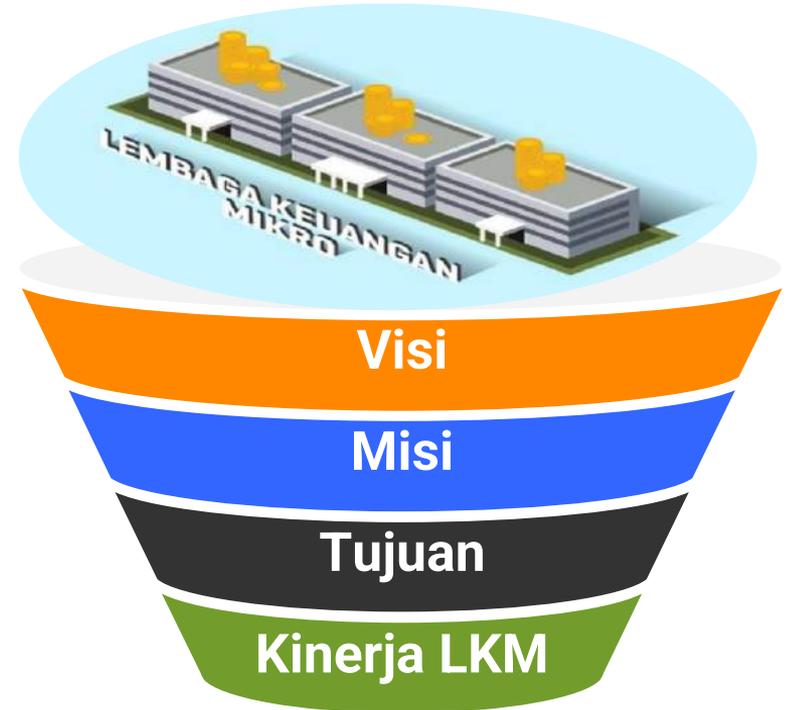
- ▶ untuk memberikan informasi yang akurat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan **kinerja** organisasi, sebagai evaluasi agar kinerja sesuai dengan standar kerja yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dari organisasi.

Kinerja Lembaga Keuangan Mikro

Penilaian kinerja LKM didasarkan pada tujuan LKM

Meningkatkan Kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah

Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah



PENILAIAN KINERJA LKM

```
graph TD; A[PENILAIAN KINERJA LKM] --> B[KEUANGAN]; A --> C[SOSIAL];
```

KEUANGAN

- 1) Kualitas portofolio
- 2) Produktivitas dan efisiensi
- 3) Kelayakan keuangan
- 4) Profitabilitas
- 5) *Leverage* dan kecukupan modal

SOSIAL

Skala, Jangkauan dan Pertumbuhan (*scale, outreach and growth*)

INDIKATOR KINERJA LKM (Pendekatan Ledgerwood)

Wilayah	Indikator
Kualitas Portofolio	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Tingkat pelunasan<input type="checkbox"/> Rasio kualitas portofolio (tingkat keterlambatan, risiko portofolio, rasio peminjam yang nakal)<input type="checkbox"/> Rasio kerugian pinjaman
Produktivitas dan Efisiensi	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Rasio Produktivitas (jumlah pinjaman aktif tiap petugas kredit, rata-rata portofolio yang menguntungkan per petugas kredit)<input type="checkbox"/> Rasio Efisiensi (Rasio biaya operasional, biaya per unit mata uang yang dipinjamkan, biaya per pinjaman yang diberikan)

INDIKATOR KINERJA LKM (Pendekatan Ledgerwood)

Wilayah	Indikator
Kelayakan Keuangan	<input type="checkbox"/> Sebaran Finansial <input type="checkbox"/> Kemandirian Operasional <input type="checkbox"/> Kemandirian Finansial <input type="checkbox"/> Indeks Ketergantungan Subsidi
Tingkat Keuntungan	<input type="checkbox"/> Rasio Pendapatan atas Aset <input type="checkbox"/> Rasio Pendapatan atas Usaha <input type="checkbox"/> Rasio Pendapatan atas akuitas
Kecukupan Modal dan Pembiayaan dengan Utang	<input type="checkbox"/> Pembiayaan dengan utang (rasio utang terhadap modal) <input type="checkbox"/> Standart kecukupan modal

INDIKATOR KINERJA LKM (Pendekatan Ledgerwood)

Wilayah	Indikator
Ukuran, Jangkauan dan Pertumbuhan	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="614 287 1787 456">❑ Klien dan Staf (jumlah klien, jumlah cabang, persentase jumlah total target klien yang terlayani dsb)<li data-bbox="614 467 1787 751">❑ Jangkauan pinjaman (jumlah peminjam yang aktif, jumlah saldo pinjaman berjalan, portofolio berjalan rata-rata, jumlah rata-rata pinjaman yang diberikan, nilai pinjaman tiap anggota staf dsb)<li data-bbox="614 762 1787 1048">❑ Jangkauan simpanan (saldo total rekening simpanan sukarela, jumlah rata-rata tahunan simpanan dalam persentase portofolio pinjaman berjalan rata-rata tahunan, jumlah klien simpanan sukarela sekarang, dsb)

Kriteria Kinerja	Indikator Kinerja	Standar Kinerja
Kecukupan Modal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rasio kecukupan modal ▪ Kecukupan cadangan kredit macet 	Min. 20% 100%
Kualitas Portofolio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Portofolio berisiko (PAR) ▪ Rasio kredit macet 	Max 90% Max 4%
Kemampuan Mendapatkan Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pendapatan atas aset (d disesuaikan dengan subsidi) 	Min 2%
Efisiensi Biaya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rasio kemandirian operasional 	Min 120%
Kelestarian Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rasio keswadayaan keuangan ▪ Indeks ketergantungan pada subsidi 	Min 100% Max 0%
Produktivitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rata-rata jumlah transaksi per hari perjuru bayar ▪ Jumlah nasabah aktif per petugas operasional 	Tidak ada standar
Jangkauan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jumlah unit pelayanan ▪ Jumlah penabung atau rekening tabungan ▪ Rata-rata posisi tabungan ▪ Jumlah peminjam atau rekening pinjaman ▪ Rata-rata nilai kredit 	Tidak ada standar

Batasan/ Standar Kinerja LKM

Teknik penilaian kinerja LKM

1. ACCION menggunakan metode SOCIAL
2. WOCCU menggunakan metode PEARLS
3. PlaNet Finance mengembangkan metode GIRAFE
4. CERISE Social Performance Indicators (SPI) yang mengkhususkan audit kinerja sosial dari LKM



TUGAS PRESENTASI

PERTEMUAN – 12

- Teknologi LKM Bank (1)
- Teknologi LKM Non Bank (2)

PERTEMUAN – 13

- Manajemen Resiko LKM Bank (3)
- Manajemen Resiko LKM Non Bank (4)

PERTEMUAN – 14

- Kinerja LKM Bank (5)
- Kinerja LKM Non Bank (6)

- Membuat Makalah & PPT [Teori (Bab 1) & Studi Kasus (Bab2)]
- Dikumpulkan max H-1 sebelum presentasi

Terima Kasih



Institution, Products and Services



Diskusi Kelompok

1. Jelaskan LKM → bisa bank atau non-bank
2. Jelaskan Produk atau jasa yang ditawarkan LKM tersebut

A graphic illustration in the top-left corner featuring a blue and green globe, a silver Euro coin, and three gold bars. One bar is labeled '999.9 FINE GOLD' and another '999.9 FINE GOLD'.

Target pasar

☞ Target pasar adalah kelompok konsumen potensial yang memiliki karakteristik tertentu (gender, tingkat kesejahteraan, bisnis yang dijalankan, pertumbuhan bisnis) dan tertarik dengan kombinasi produk dan jasa yang spesifik

☞ Untuk menilai debt capacity, LKM harus memprtimbangkan kemampuan konsumen dalam memperbesar ekuitas (modal)

*Dalam bisnis, arus kas (**cash flow**) yang cukup dan daya tahan utang (**debt capacity**) sangat penting untuk bisnis jasa*

Karakteristik target pasar sangat membantu LKM dalam merancang produk dan jasa yang menarik bagi kelompok yang berbeda



Tipe UMKM



☞ Modal Kerja
☞ Investasi



☞ Risiko
☞ Profitabilitas

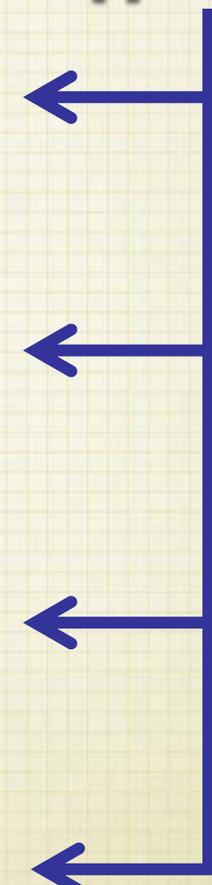


☞ Perputaran Modal
☞ Besarnya kebutuhan dana
☞ Jangka waktu peminjaman

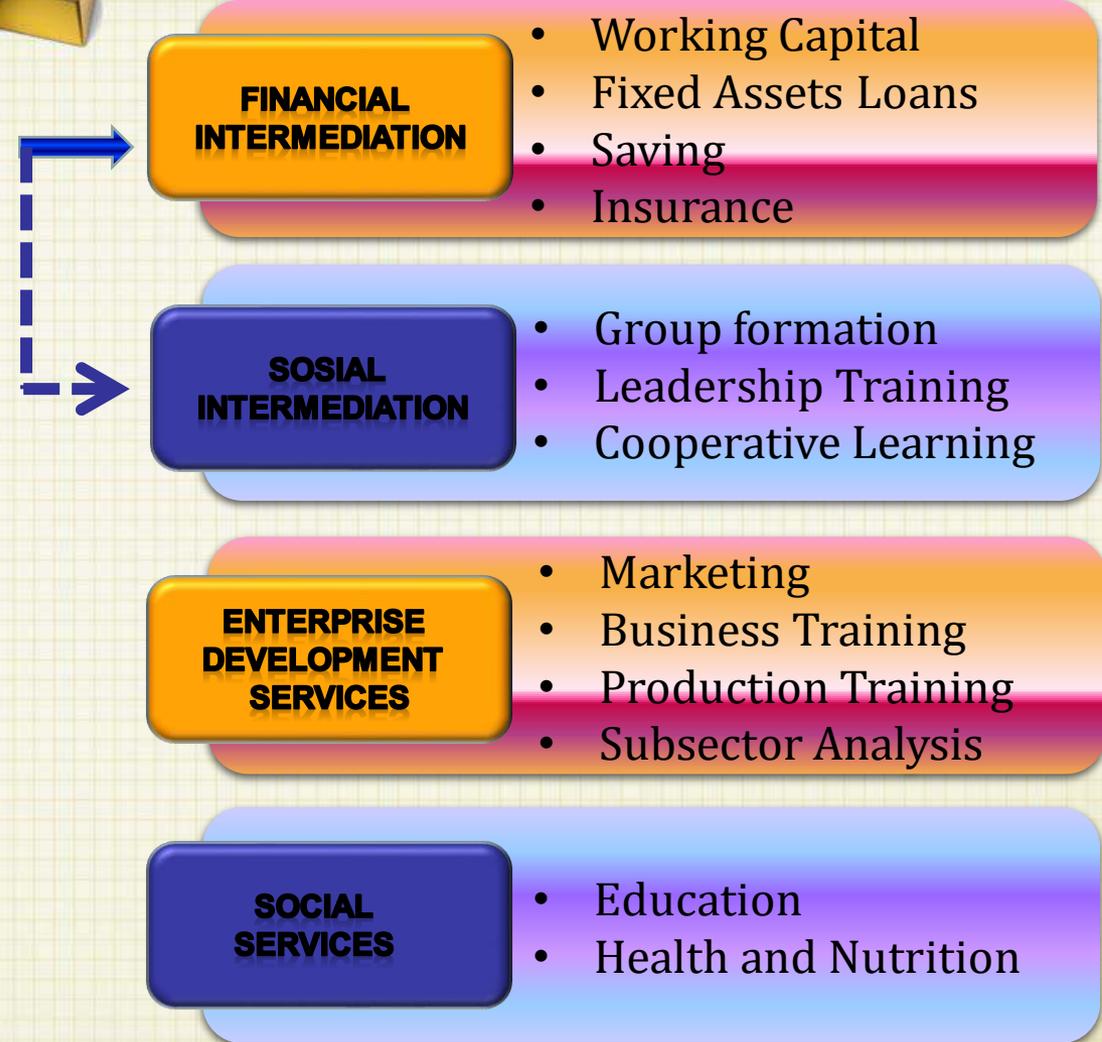


Minimalist and Integrated Approaches to Microfinance

Integrated Approaches



Minimalist Approaches



FINANCIAL INTERMEDIATION

- Working Capital
- Fixed Assets Loans
- Saving
- Insurance

SOCIAL INTERMEDIATION

- Group formation
- Leadership Training
- Cooperative Learning

ENTERPRISE DEVELOPMENT SERVICES

- Marketing
- Business Training
- Production Training
- Subsector Analysis

SOCIAL SERVICES

- Education
- Health and Nutrition



Prinsip keuangan yang bisa digunakan dalam memberi pinjaman UMKM (berdasarkan program ACCION)

Prinsip 1

1. Pinjaman jangka pendek yang sesuai dengan pola pendapatan
2. Pinjaman yang berulang (*bila pinjaman telah lunas maka UMKM bisa mendapatkan akses untuk mendapatkan pinjaman lagi*)
3. Pinjaman yang penggunaannya tidak terbatas (*dana yang diperoleh dari pinjaman bisa digunakan untuk usaha atau konsumsi*)
4. Nilai pinjaman dalam jumlah yang relatif kecil
5. Pendekatan konsumen yang ramah (*lokasi LKM dekat dengan konsumen, form aplikasi pinjaman sederhana, proses persetujuan pinjaman sederhana dan waktunya singkat*)



Prinsip keuangan yang bisa digunakan dalam memberi pinjaman UMKM

(berdasarkan program ACCION)

Prinsip 2

Mempersingkat prosedur pengajuan pinjaman untuk mengurangi biaya:

- ❖ Minimalis waktu pelayanan per pinjaman
- ❖ Standarisasi proses peminjaman
- ❖ Persetujuan kredit didesentralisasi
- ❖ Pemberdayaan SDM lokal untuk mengelola LKM

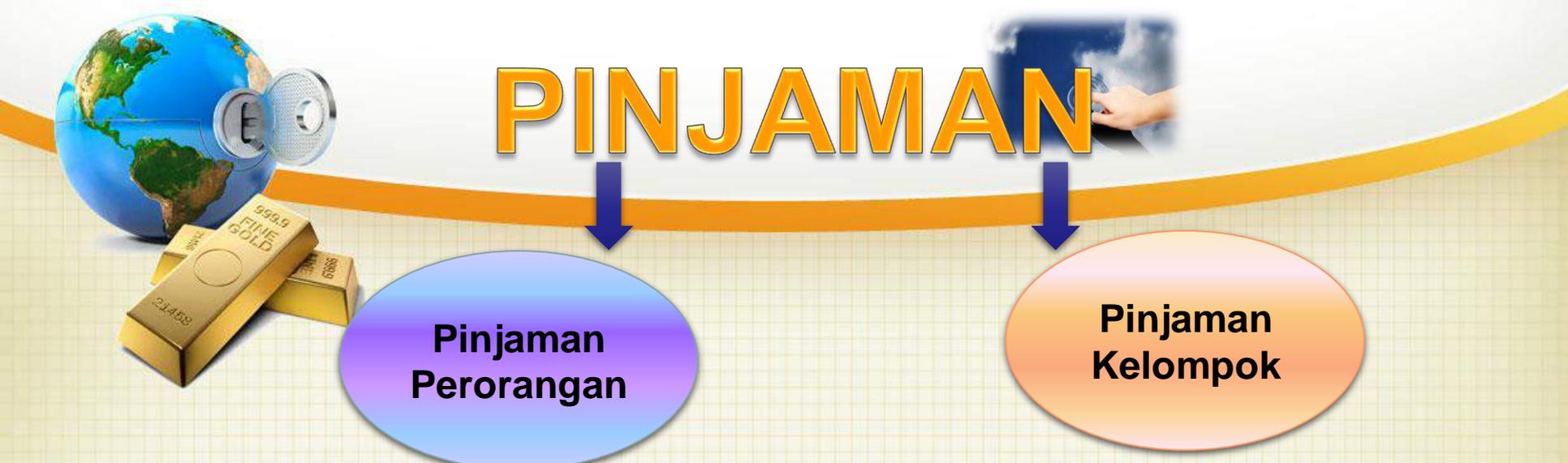
Prinsip 3

Memotivasi konsumen untuk melakukan pembayaran pinjaman:

- ❖ Kredit ditanggung oleh kelompok
- ❖ Insentif, bila konsumen telah melunasi pinjamannya maka konsumen berhak untuk mendapatkan jumlah pinjaman yang lebih besar dari sebelumnya.

Prinsip 4

Suku bunga pinjaman dan fee, nilainya relatif kecil



PINJAMAN

Pinjaman Perorangan

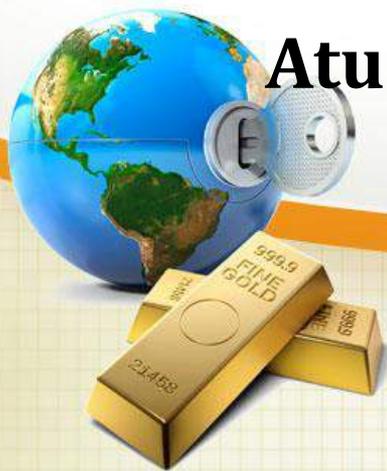
☞ Karakteristik Pinjaman Perorangan

1. Pinjaman menggunakan jaminan atau cosigner (orang yang menjamin pinjaman tersebut)
2. Pemilihan konsumen potensial menggunakan pengecekan kredit (BI checking) dan referensi karakter
3. Jumlah pinjaman dan jangka waktu kredit disesuaikan dengan kebutuhan konsumen
4. Pengurus LKM menggunakan pendekatan hubungan baik agar kerja pengurus LKM efektif

Pinjaman Kelompok

☞ Karakteristik Pinjaman Kelompok

1. Setiap anggota kelompok memiliki tabungan wajib dan sukarela
2. Dana pinjaman berasal dari akumulasi tabungan dan akan bergulir ke anggota yang membutuhkan
3. Besarnya Bunga pinjaman disepakati oleh anggota kelompok
4. Plafon kredit disesuaikan dengan dana yang dimiliki kelompok dan kemampuan anggota untuk membayar pinjaman



Aturan Kelompok dalam Perantara Keuangan (*Finacial Intermediation*)

☞ Guideline untuk penggunaan kelompok yang efektif

1. Grup akan lebih efektif bila grup kecil dan homogen
2. Penalties dan insentif kelompok akan meningkatkan kinerja pinjaman
3. Perguliran pinjaman kelompok ditentukan oleh kinerja pinjaman anggota kelompok

☞ Keuntungan Kelompok

1. Economies of scale (anggota kelompok yang lebih banyak akan menurunkan biaya operasional)
2. Economies of scope (Peningkatan kapasitas akan memberikan pelayanan yang berragam melalui mekanisme kelompok yang sama)
3. Subtitusi gabungan utang dengan jaminan individu (bisa menggunakan cash collateral)
4. Biaya administrasi rendah (seleksi, penyaringan dan jenis pinjaman)



Aturan Kelompok dalam Perantara Keuangan (*Finacial Intermediation*)

☞ Risiko yang berhubungan dengan kelompok

1. Pencatatan dan penyelenggaraan kontrak yang kurang baik
2. Berpotensi untuk korupsi dan kurangnya pengawasan pimpinan dalam grup
3. Risiko yang berhubungan dengan aktivitas produksi yang sama
4. Generalisasi masalah pembayaran pinjaman
5. Kelompok berpotensi melemah bila pimpinan kelompok keluar dari kelompok



Simpanan Wajib



☞ Manfaat simpanan wajib:

☞ *Simpanan wajib merupakan sejumlah uang yang harus diserahkan kepada kelompok sebagai tabungan atau simpanan anggota tersebut*

1. Menggambarkan nilai tabungan
2. Digunakan sebagai jaminan (cash collateral)
3. Menggambarkan kemampuan peminjam dalam mengatur arus kas dan mengatur periodisasi pembayaran pinjaman
4. Membantu meningkatkan aset peminjam

Simpanan wajib sering dipersepsikan oleh peminjam sebagai "Fee" yang harus mereka bayar agar mendapat akses kredit

Simpanan wajib tidak bisa diambil apabila peminjam masih memiliki pinjaman karena digunakan sebagai jaminan



Simpanan Sukarela



- ❖ Simpanan yang besarnya tidak ditetapkan
- ❖ Simpanan bisa diambil sewaktu-waktu

3 Kondisi yang perlu dipertimbangkan dalam mengelola simpanan sukarela

1. Lingkungan yang mendukung meliputi hukum dan regulasi yang tepat, layak pada stabilitas politik dan kondisi demografi yang pantas
2. Kemampuan pengawas cukup dan efektif dalam melindungi penabung.
3. Kemampuan mengelola dana baik dan konsisten

Syarat untuk memobilisasi simpanan sukarela secara efektif

1. Tingkat kepercayaan yang tinggi dari anggota
2. Tingkat suku bunga riil yang positif
3. Fleksibilitas dan keragaman instrumen tabungan
4. Keamanan terjamin
5. Kemudahan akses bagi penabung
6. Insentif bagi staf LKM dikaitkan dengan simpanan sukarela



Asuransi

1. Asuransi Pertanian
2. Asuransi jiwa untuk peminjam
(bila peminjam meninggal dunia maka perusahaan asuransi yang akan melunasi pinjamannya)

Smart Card

- ❖ Smart cards berisi microchip tentang identitas pemilik kartu
- ❖ LKM mengeluarkan smart card untuk mempermudah pemilik kartu melakukan berbagai transaksi
- ❖ Smart cards ini akan mempermudah LKM untuk menghimpun uang kas
- ❖ LKM mengembangkan jejaring bisnis untuk pelayanan pembayaran menggunakan smart cards



Group Social Intermediation

Social intermediation

Building self-reliant groups by training group members in:

- Participatory management
- Accounting skills
- Basic financial and management skills

↑
Timebound subsidy

- "Infant industry" approach to develop local-level human resources and institutional capacity

Source: Bennett 1997.

Financial intermediation

Sustainable delivery of:

- Credit
- Savings
- Insurance
- Other financial services

↑
Timebound subsidy

- For coverage of operational shortfalls
- For loan-fund capital
(no interest rate subsidies)



Box 3.12 Village Banks: An Example of a Parallel System

STARTED IN 1985 AS AN EXPERIMENT IN COMMUNITY DEVELOPMENT with a program for women's savings and credit in Costa Rica, the village banking model has become an increasingly popular model for providing poor women with access to financial services. FINCA, CARE, Catholic Relief Services, Freedom From Hunger, and a host of local nongovernmental organizations (NGOs) have begun to implement village banks throughout Latin America, Africa, and Asia. The Small Enterprise Education and Promotion Network (SEEP) recently reported that there are "over 3,000 banks associated with SEEP members and their partners serving close to 34,000 members, 92 percent of whom are women. Average loan sizes are \$80 and the collective portfolio stands at approximately \$8.5 million."

Source: Bennett 1997.

The model usually establishes a parallel system managed by elected leaders, although there are an increasing number of cases of village banks initiating relationships with formal sector financial institutions or federating into apex organizations. The village bank provides a joint liability system for its 25 to 50 members and also acts as a secure savings facility. Individual members accumulate savings, which eventually become their own source of investment capital.

The "rules of the game" for membership—meeting attendance, savings, credit, and nonfinancial services—are developed by the women themselves, usually with guidance from an NGO field worker. Enforcement of credit contracts is the responsibility of the leaders, with member support. (For more information on village banking, see appendix 1.)



Village Banking

Village banks are community-managed credit and savings associations established to provide access to financial services in rural areas, build a community self-help group, and help members accumulate savings (Otero and Rhyne 1994). The model was developed in the mid-1980s by the Foundation for International Community Assistance (FINCA). Membership in a village bank usually ranges from 30 to 50 people, most of whom are women. Membership is based on self-selection. The bank is financed by internal mobilization of members' funds as well as loans provided by the MFI.

Institution



☞ *Institusi adalah kumpulan aset (manusia, keuangan dan lainnya) yang dikombinasi dengan aktivitas (simpan pinjam)*

☞ **3 atribut institusi yang baik:**

1. Menyediakan jasa yang tepat untuk kelompok target
 - ✓ Menawarkan pinjaman yang sesuai dengan permintaan konsumen (besar nya pinjaman, waktu jatuh tempo, jaminan, prosedur dan jaminan pelunasan pinjaman)
 - ✓ Biaya transaksi yang rendah
 - ✓ Return deposito yang tinggi
 - ✓ Ketersediaan dana pinjaman
2. Aktivitas dan jasa yang ditawarkan LKM tidak hanya dari permintaan konsumen tetapi bisa didasarkan pada dampak positif dari kehidupan konsumen.
3. Kuat secara finansial dan stabil



Karakteristik Kunci LKM yang Kuat

<i>Key areas</i>	<i>Characteristics</i>
Vision	<ul style="list-style-type: none">■ A mission statement that defines the target market and services offered and is endorsed by management and staff.■ A strong commitment by management to pursuing microfinance as a potentially profitable market niche (in terms of people and funds).■ A business plan stating how to reach specific strategic objectives in three to five years.
Financial services and delivery methods	<ul style="list-style-type: none">■ Simple financial services adapted to the local context and in high demand by the clients described in the mission statement.■ Decentralization of client selection and financial service delivery.
Organizational structure and human resources	<ul style="list-style-type: none">■ Accurate job descriptions, relevant training, and regular performance reviews.■ A business plan spelling out training priorities and a budget allocating adequate funds for internally or externally provided training (or both).■ Appropriate performance-based incentives offered to staff and management.



Karakteristik Kunci LKM yang Kuat

<i>Key areas</i>	<i>Characteristics</i>
Administration and finance	<ul style="list-style-type: none">■ Loan processing and other activities based on standardized practices and operational manuals and widely understood by staff.■ Accounting systems producing accurate, timely, and transparent information as inputs to the management information system.■ Internal and external audits carried out at regular intervals.■ Budgets and financial projections made regularly and realistically.
Management information system	<ul style="list-style-type: none">■ Systems providing timely and accurate information on key indicators that are most relevant to operations and are regularly used by staff and management in monitoring and guiding operations.
Institutional viability	<ul style="list-style-type: none">■ Legal registration and compliance with supervisory requirements.■ Clearly defined rights and responsibilities of owners, board of directors, and management.■ Strong second level of technically trained managers.
Outreach and financial sustainability	<ul style="list-style-type: none">■ Achievement of significant scale, including a large number of underserved clients (for example, the poor and women).■ Coverage of operating and financial costs clearly progressing toward full sustainability (as demonstrated in audited financial statements and financial projections).



Merancang Pinjaman Produk (Kredit)



Berhasil merancang produk kredit yang memenuhi kebutuhan pengusaha mikro merupakan kebutuhan bagi setiap LKM



Penting bahwa orang-orang yang menyediakan dan mengevaluasi layanan pinjaman memahami elemen produk pinjaman yang berbeda dan cara elemen ini mempengaruhi peminjam dan kelangsungan hidup LKM.



Pola Kas Klien dan Jumlah Pinjaman

Memahami pola kas peminjam menjadi kunci penting dalam mendesain produk pinjaman.



Pemberi pinjaman harus memastikan bahwa peminjam memiliki arus kas masuk yang cukup untuk menutupi pembayaran pinjaman ketika mereka jatuh tempo.

Arus kas masuk yang diterima bisnis atau UMKM bisa dalam bentuk upah, penjualan, pinjaman dan hadiah

Arus kas keluar bisa digunakan untuk membayar pinjaman atau pembelian.

Arus kas itu secara rutin, periodik atau musiman ini akan mempengaruhi rancangan produk pinjaman

Pola uang tunai itu penting, sejauhmana pola tersebut mempengaruhi kapasitas utang dari peminjam.



Kapasitas LKM

Jumlah pinjaman yang sesuai tergantung pada tujuan pinjaman dan kemampuan klien untuk membayar kembali pinjaman (yaitu, kapasitas utang).

Penyesuaian kapasitas utang peminjam untuk risiko harus mencerminkan harapan yang masuk akal tentang kondisi buruk yang dapat mempengaruhi perusahaan peminjam.

Penyesuaian untuk kesulitan harus mencerminkan kesediaan pemberi pinjaman untuk menanggung risiko ketidakmampuan peminjam untuk membayar kembali.

Semakin besar kapasitas LKM untuk menanggung risiko, semakin tinggi batas kredit yang dapat diberikan pemberi pinjaman menawarkan





**Bagaimana
Jangka Waktu
Pinjaman
Mempengaruhi
Kemampuan
Peminjam untuk
Membayar
kembali?**

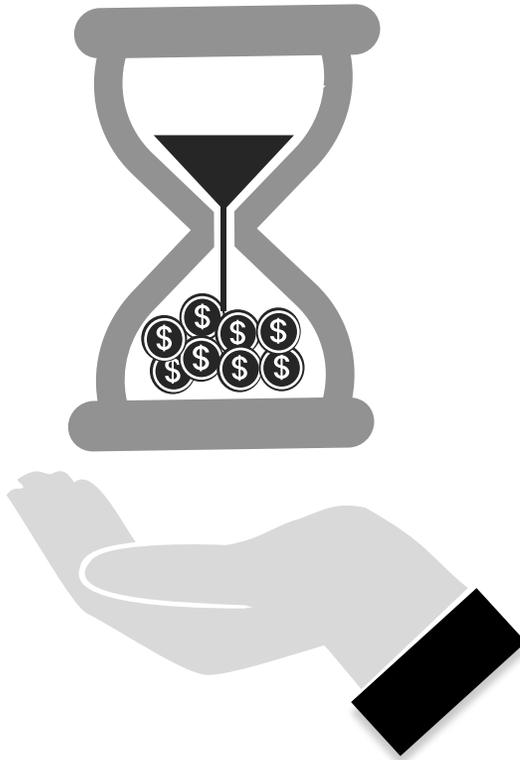
Jangka waktu pinjaman mempengaruhi

1. Jadwal pembayaran
2. Pendapatan LKM
3. Pembiayaan (biaya untuk klien)
4. Kesesuaian akhir dari penggunaan pinjaman.

Semakin dekat suatu organisasi cocok dengan persyaratan pinjaman dengan kebutuhan kliennya, semakin mudah bagi klien untuk mendapatkan pinjaman dan semakin besar kemungkinan pembayaran akan dilakukan tepat waktu dan penuh.

Contoh Kasus

Misalnya, seorang penjahit membeli kain dan perlengkapan setiap empat bulan untuk mendapatkan keuntungan dari pembelian massal. menghasilkan siklus bisnis empat bulan. jaringnya pendapatan selama empat bulan (setelah membeli persediaan untuk 1.000 dan mengeluarkan semua biaya lain tetapi sebelum pelunasan pinjaman) adalah 1.600 (400 per bulan).



Dia meminjam \$ 1.000 selama empat bulan dengan bunga 3% per bulan dengan pembayaran bulanan sebesar \$ 269

<i>Period</i>	<i>Business</i>	<i>Loan</i>	<i>Net income</i>
0	(1,000)	1,000	—
1	400	(269)	131
2	400	(269)	131
3	400	(269)	131
4	400	(269)	131
Total	600	(76)	524

Total pembayarannya adalah 1.076 (bunga biaya 76). Pendapatan 1.600 dikurangi pinjaman pelunasan 1.076 memberinya penghasilan bersih 524.



Frekuensi Pembayaran Pinjaman



Pembayaran pinjaman dapat dilakukan secara angsuran (mingguan, dua mingguan, bulanan) atau sekaligus di akhir jangka waktu pinjaman, tergantung pada pola kas dari peminjam.

Aktivitas yang menghasilkan pendapatan berkelanjutan bisa dirancang dengan pembayaran angsuran.

Frekuensi pembayaran pinjaman tergantung pada kebutuhan klien dan kemampuan LKM untuk memastikan pembayaran kembali.

Pembayaran pinjaman ada yang setiap hari, tapi pada umumnya pembayaran pinjaman dilakukan setiap bulan

Untuk kegiatan musiman, cocok untuk mendesain pinjaman sedemikian rupa sehingga pembayaran sekaligus dilakukan setelah aktivitas selesai.

Keseimbangan harus dicapai antara biaya transaksi yang terkait dengan pembayaran yang sering dan risiko gagal bayar karena manajemen kas yang kurang baik terkait dengan pembayaran yang jarang.



Beberapa LKM yang membiayai musiman, merancang kegiatan pinjaman mereka dengan angsuran pembayaran sehingga pada saat panen, atau pinjaman dibayar saat panen

Harga Pinjaman (Loan Pricing)



Penetapan harga pinjaman merupakan aspek penting dari desain produk pinjaman. Keseimbangan harus dicapai antara apa yang klien mampu dan apa yang dibutuhkan oleh organisasi pemberi pinjaman untuk menutupi semua biayanya.

PENGHITUNGAN SUKU BUNGA THE FLAT METHOD



Metode ini menghitung bunga sebagai
Dengan jumlah yang tetap



bunga selalu dihitung jumlah total pinjaman yang
awalnya



Persentase dari jumlah pinjaman awal akan
menurun selama jangka waktu pinjaman.

Contoh

pinjaman \$1.000
 didanai dengan suku
 bunga 20% per tahun

Loan amount: 1,000; 12-month loan term; monthly loan payments: 100; interest rate: 20 percent

<i>Month</i>	<i>Payments</i>	<i>Principal</i>	<i>Interest</i>	<i>Outstanding balance</i>
0	—	—	—	1,000.00
1	100	83.33	16.67	916.67
2	100	83.33	16.67	833.34
3	100	83.33	16.67	750.01
4	100	83.33	16.67	666.68
5	100	83.33	16.67	583.35
6	100	83.33	16.67	500.02
7	100	83.33	16.67	416.69
8	100	83.33	16.67	333.36
9	100	83.33	16.67	250.03
10	100	83.33	16.67	166.70
11	100	83.33	16.67	83.37
12	100	83.33	16.67	0.00
Total	1200	1,000.00	200.00	—

Source: Ledgerwood 1996.



Angsurannya
 = \$83,88 + \$ 16,67
 = \$100



Pokok pinjaman
 = \$1000/ 12 bulan
 = \$83,33



Bunga
 = \$ 83,33 X 20%
 = \$16,67



Outstanding
 menurun

Suku Bunga Efektif



Suku bunga efektif merupakan konsep yang bermanfaat untuk menentukan apakah kondisi pinjaman lebih murah atau mahal dibandingkan dengan pinjaman lain dan apakah perubahan kebijakan harga akan mempengaruhinya.

Suku bunga efektif berbeda dari suku bunga nominal bunga karena memasukkan bunga, biaya, perhitungan bunga metode, dan sumbangan dana kelompok serta persyaratan pinjaman lainnya ke dalam biaya pinjaman.

Suku Bunga Efektif



Variabel pinjaman mikro yang mempengaruhi efektivitas tarif suku bunga meliputi:

1. Tingkat bunga nominal
2. Cara perhitungan bunga: saldo menurun atau tarif tetap
3. Pembayaran bunga di awal pinjaman (sebagai pengurangan jumlah pokok yang dicairkan kepada peminjam) atau selama jangka waktu pinjaman
4. Biaya layanan baik di muka atau selama jangka waktu pinjaman
5. Kontribusi untuk penjaminan, asuransi, atau dana kelompok
6. Tabungan wajib atau saldo kompensasi dan bunga yang sesuai yang dibayarkan kepada peminjam oleh LKM atau lembaga lain (bank, kredit Persatuan)
7. Frekuensi pembayaran
8. Jangka waktu pinjaman
9. Jumlah pinjaman.

Estimasi Suku Bunga Efektif



Metode estimasi mempertimbangkan jumlah peminjam membayar bunga dan biaya selama jangka waktu pinjaman.



Metode estimasi dapat digunakan untuk menentukan pengaruh tingkat bunga metode perhitungan, jangka waktu pinjaman, dan biaya pinjaman.

$$\text{Effective cost} = \frac{\text{Amount paid in interest and fees}}{\text{Average principal amount outstanding}}$$

Note:

$$\text{Average principal amount outstanding} = \frac{(\text{Sum of principal amounts outstanding})}{\text{number of payments}}$$

Contoh

pinjaman \$1.000
 didanai dengan suku
 bunga 20% per tahun
 dan fee 3%

Table 5.5 Effective Rate Estimate, Flat Method

Loan amount: 1,000; 12-month loan term; monthly loan payments: 100; interest rate: 20 percent; fee: 3 percent (30)

<i>Month</i>	<i>Payments</i>	<i>Principal</i>	<i>Interest</i>	<i>Outstanding balance</i>
0	—	—	—	1,000.00
1	100	83.33	16.67	916.67
2	100	83.33	16.67	833.34
3	100	83.33	16.67	750.01
4	100	83.33	16.67	666.68
5	100	83.33	16.67	583.35
6	100	83.33	16.67	500.02
7	100	83.33	16.67	416.69
8	100	83.33	16.67	333.36
9	100	83.33	16.67	250.03
10	100	83.33	16.67	166.70
11	100	83.33	16.67	83.37
12	100	83.33	16.67	0.00
Total	1,200	1,000.00	200.00	6,500.22

$$\text{Effective rate} = (200 + 30)/541.69^* = 42\% \text{ (3.5\% per month)}$$

*6,500.22 / 12 months = 541.69

Source: Ledgerwood 1996.

Tabel 8.1. Ikhtisar Data Keuangan Kuartalan LKM Koperasi Konvensional Berdasarkan Provinsi (Miliar Rupiah) April 2021

Table 8.1. Conventional Cooperative MFIs Four Monthly Financial Data Summary by Province (Billion Rupiah) April 2021

Keterangan	Aset	Liabilitas	Ekuitas	Dana Syirkah Temporer	Penempatan Dana	Pinjaman Yang Diberikan (bruto)	Pinjaman Yang Diterima	Simpanan/ Tabungan	Items
Bengkulu	3,10	0,00	3,10	-	0,00	0,74	-	0,00	Bengkulu
Jawa Barat	1,13	0,00	1,13	-	0,04	0,64	-	-	West Java
Jawa Tengah	76,63	46,18	30,44	-	14,07	60,42	2,44	41,89	Central Java
Kalimantan Tengah	2,20	1,26	0,94	-	0,01	2,12	0,22	1,03	Central Kalimantan
Lampung	20,35	17,00	3,35	-	1,14	17,01	7,87	7,65	Lampung
Sulawesi Barat	0,19	0,05	0,15	-	0,00	0,13	-	0,05	West Sulawesi
Sumatera Barat	1,69	0,65	1,05	-	0,00	1,44	0,05	0,57	West Sumatera
Sumatera Utara	3,48	0,30	3,18	-	0,01	3,10	-	0,29	North Sumatera
Grand Total	108,78	65,45	43,33	-	15,27	85,60	10,57	51,49	Total

Sumber: OJK, April 2021

Tabel 10. Laporan Kinerja Keuangan Kuartalan LKM PT Konvensional (Miliar Rupiah)

Table 10. Conventional Limited Company MFIs Four Monthly Financial Performance (Billion Rupiah)

No.	Akun	April April 2021	Agustus August 2021	Desember December 2021	Items
1	A. Pendapatan Operasional				A. Operational Revenue
2	Pendapatan Bunga	42,05			Interest Revenue
3	Pendapatan Operasional Lainnya	6,99			Other Operational Revenue
4	Jumlah Pendapatan Operasional	49,04			Total Operational Revenue
5	B. Beban Operasional	-			B. Operational Expense
6	Beban Bunga	6,36			Interest Expense
7	Beban Penyisihan Penghapusan Pinjaman	8,44			Allowance for Elimination Loan
8	Beban Penyusutan ATI	1,24			Fixed Asset and Inventory Depreciation Expense
9	Beban Tenaga Kerja	25,31			Labor Expense
10	Beban Operasional Lainnya	8,92			Other Operational Expense
11	Jumlah Beban Operasional	50,28			Total Operational Expense
12	C. Laba/Rugi Operasional	(1,25)			C. Operational Profit (Loss)
13	D. Pendapatan Non Operasional	1,90			D. Non Operational Revenue
14	E. Beban Non Operasional	1,42			E. Non Operational Expense
15	F. Laba/Rugi Sebelum Pajak	(0,76)			F. Profit (Loss) Before Income Tax
16	G. Taksiran Pajak Penghasilan	0,30			G. Income Tax Estimation
17	H. Laba/Rugi Tahun Berjalan	(1,06)			H. Profit (Loss) After Income Tax

Tabel 2.5
Non Performing Loan Bank Perkreditan Rakyat
(NPL of Rural Bank)
Miliar Rp (Billion Rp)

Kolektibilitas / Collectibility	2018	2019	2020						2021						
			Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Kredit / Credit	98.220	108.784	110.468	110.545	110.172	110.305	110.270	110.718	110.770	110.770	111.529	112.364	113.425	113.349	113.822
a. Lancar / Current	91.959	101.379	101.149	101.327	101.037	101.384	101.375	102.069	102.775	92.664	92.954	93.626	95.188	94.478	95.602
b. Dalam Perhatian Khusus / Special Mention			-	-	-	-	-	-	-	9.900	10.282	10.541	9.817	10.203	9.723
c. Kurang Lancar / Sub-Standard	1.137	1.373	1.948	1.757	1.610	1.385	1.319	1.160	923	1.127	1.187	1.144	1.239	1.409	1.287
d. Diragukan / Doubtful	1.287	1.512	1.839	1.846	1.837	1.778	1.692	1.528	1.292	1.164	1.084	978	1.042	1.017	981
e. Macet / Lost	3.837	4.520	5.531	5.614	5.687	5.758	5.883	5.962	5.780	5.915	6.022	6.075	6.139	6.242	6.228
Non Performing Loan (Nominal) / Non Performing Loan (Nominal)	6.261	7.405	9.319	9.218	9.135	8.921	8.894	8.649	7.995	8.206	8.293	8.197	8.420	8.668	8.497
Rasio Non Performing Loan (%) / Non Performing Loan Ratio (%)	6,37	6,81	8,44	8,34	8,29	8,09	8,07	7,81	7,22	7,41	7,44	7,29	7,42	7,65	7,46

Non-Performing Loan (NPL) adalah pinjaman bermasalah di mana peminjam gagal karena tidak melakukan pembayaran yang dijadwalkan untuk jangka waktu tertentu. **NPL** juga disebut sebagai kredit bermasalah.



Thank you



UNEJ_Wafik Aziza Nur Aini



Heni



Savira Putri Wulandari_20



Unej_Askhaarina Aulia



Wilia Sondriva-UNP



M. HOLIL mahasiswa



Eka Prihatiningtyas



UNEJ_Wafik Aziza Nur Aini



Heni



Savira Putri Wulandari_20



UNEJ_M. HOLIL



Rere sepsa yunary_201510601022



Unej_Askhaarina Aulia



UNP_Willia Sondriva



Eka Prihatiningtyas



Rere sdh upload
presensi belum
record



Pengelolaan Pemasaran





Saatnya Diskusi

1. Silahkan saudara berdiskusi sesuai topik pada setiap slide
2. Saudara diperkenankan untuk menyampaikan apa sdh ada (sesuai referensi) atau bisa juga menambahkan ide kreatif saudara
3. Lakukan riset pasar dan atau telaah informasi tentang LKM
4. Cantumkan referensi yang digunakan untuk

2 Produk dan Jasa

Identifikasi produk dan jasa sesuai kebutuhan konsumen serta nilai apa yang akan diberikan kepada konsumen

- ✓ Cara bertransaksi
- ✓ Media promosi
- ✓ Cara memasarkan

Pemasaran 3

Jenis LKM & Target Pasar 1

Sebutkan jenis LKM bank dan non bank serta target pasar dan kebutuhannya

Lembaga Keuangan Mikro

LKM Bank & LKM Non Bank



Saudara boleh menambah atau mengurangi jumlah awan

**Siapa
Target Pasar
LKM?**



Kebutuhan Konsumen?



Pemasaran



Media Promosi



Cara Bertransaksi



Riset Pasar & Referensi



*Saudara bebas untuk
menggunakan referensi*



**CONSUMER
BEHAVIOR NEW NORMAL
AFTER COVID-19**

Yuswohady | Farid Fatahillah |
Amanda Rachmaniar | Isti Hanifah



Jauhi rentenir

<https://youtu.be/feU1Czeyzk>
[sps://youtu.be/feU1Czeyzks](https://youtu.be/feU1Czeyzks)



HOOTSUITE INDONESIA

[https://datareportal.com/reports/
digital-2021-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia)



BPR Mulai Terapkan Digital Marketing

[https://semarang.bisnis.com/read/20170
419/535/769891/bpr-mulai-terapkan-
digital-marketing-termasuk-gunakan-
aplikasi](https://semarang.bisnis.com/read/20170419/535/769891/bpr-mulai-terapkan-digital-marketing-termasuk-gunakan-aplikasi)

#2. Online-Shopping Widening+ Deepening: From Wants to Needs

Wabah COVID-19 membuat banyak orang berdiam diri di rumah sehingga toko online menjadi salah satu pilihan untuk berbelanja. Seiring dengan meluasnya penerapan *physical distancing*, maka belanja online menjadi satu alternatif bagi banyak orang.

Pembelian konsumen pun mulai bergeser dari produk yang sifatnya keinginan (*wants*) ke produk yang sifatnya adalah kebutuhan (*needs*).

Permintaan tertinggi umumnya ada di produk-produk sehari-hari (*home care*), *groceries* dan produk kesehatan seperti vitamin dan produk-produk pencegahan penyakit.

Sehingga kami mengatakan, COVID-19 telah membuat pola belanja konsumen secara online semakin melebar (*widening*). Konsumen mulai membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari (*daily needs*) secara online.

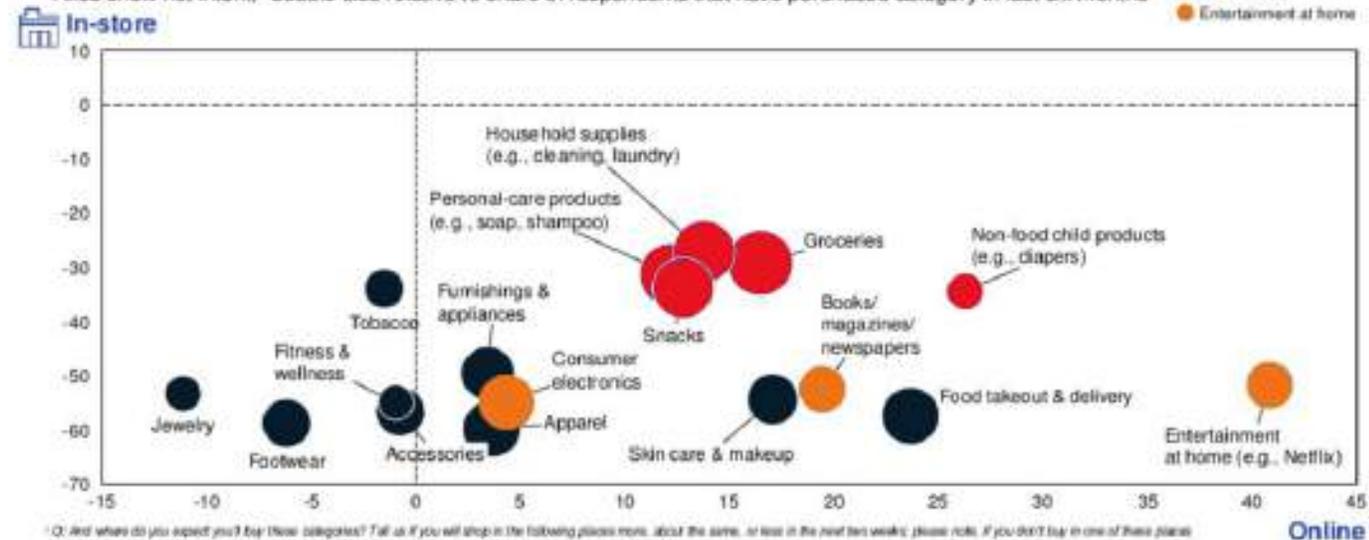
Tak hanya melebar dari hanya pembelian barang non-esensial ke barang esensial, COVID-19 juga memaksa konsumen melakukan pembelian online lebih besar (*deepening*).

Dengan pemberlakuan PSBB yang panjang, maka pergeseran ini tak hanya bersifat sementara namun akan permanen membentuk kenormalan baru.

A shift from offline to online spending continues to play out across almost all categories

Expected change in shopping channel per category over the next two weeks¹

Axes show net intent,² bubble size relative to share of respondents that have purchased category in last six months



¹ Q: And where do you expect you'll buy these categories? Tell us if you will shop in the following places more, about the same, or less in the next ten weeks (please note, if you don't buy in one of these places today and won't in the next ten weeks, please select "NA", do not ask this question for categories not shown).

² Net intent is calculated by subtracting the % of respondents stating they expect to decrease shopping frequency from the % of respondents stating they expect to increase shopping frequency.

Source: McKinsey & Company COVID-19 Indonesia Consumer Pulse Survey 410-4102000, n = 702, sampled and weighted to match Indonesia's general population 16+ years.

Future Business Opportunities:

Pergeseran perilaku konsumen ke arah pembelian online terhadap barang kebutuhan sehari-hari seperti *groceries*, sembako, maupun *daily needs* akan meningkatkan volume pasar online secara sangat signifikan. Bagi perusahaan-perusahaan yang menyediakan barang-barang tersebut, kini waktunya menerapkan model *channel DTC* (*direct-to-customer*), tak hanya sebatas mengandalkan *marketplace* yang sudah ada. Ingat, "channel is the brand".

#13. Contact-Free Lifestyle

Thinking about your everyday life, since the COVID-19 / coronavirus pandemic, have you made any changes to your general lifestyle?

(as of April 15, 2020)

	China	Germany	United Kingdom	United States
Stayed at home more	70%	74%	83%	85%
Washed hands more	78%	73%	81%	81%
Applied social distancing	56%	57%	81%	77%
Gone to the shops less	60%	59%	76%	71%
Avoided public places like bars and restaurants	61%	56%	68%	69%
Cancelled plans with family or friends	53%	59%	64%	60%
Travelled less	56%	44%	68%	56%
Shopped online more	62%	27%	34%	51%
Wear protective face masks outside	79%	15%	13%	49%
Cleaned your house more	43%	26%	44%	47%
Avoided certain shopping times	29%	36%	37%	41%
Avoided public transport	64%	47%	58%	37%
Used less cash	46%	38%	58%	35%
Worked from home	41%	22%	32%	29%
Reduced exercise regime	23%	16%	21%	16%
I have not made any changes to my lifestyle	1%	6%	2%	2%

Sumber: Statista

Social distancing yang permanen dan membentuk kenormalan baru melahirkan gaya hidup baru yaitu *Contact-Free Lifestyle*.

- Belanja dilakukan secara online untuk menghindari paparan virus.
- Menerima barang dari layanan antar cukup di depan pintu tanpa kontak fisik.
- Menghindari kerumunan seperti nonton konser musik atau event olahraga yang syarat kontak fisik.
- Olahraga yang "contact-intensive" seperti gulat, tinju, karate, (bahkan sepakbola?) kian dihindari.
- Jarak antar kursi di pesawat atau bioskop akan lebih lebar, tentu dengan kapasitas yang berkurang.

- Pabrik-pabrik akan makin cepat menerapkan program robotisasi/otomasi untuk mengurangi kontak fisik manusia.
- Budaya gotong-royong dan guyup tetangga yang kian luntur di kota-kota besar bakal melebar ke kampung dan desa.

Model operasi seperti yang diterapkan oleh Paxel, sebuah perusahaan kurir akan diminati oleh masyarakat. Paxel menerapkan sistem tanpa kontak melalui sistem pengantaran estafet dari kurir ke konsumen. Selain itu, konsumen tidak akan menerima barang dari kurir langsung melainkan paket disimpan di loker khusus yang hanya bisa diakses dengan *support IoT*.



Future Business Opportunities:

Contact-free economy akan menciptakan model baru contact-free business dengan peluang begitu luas karena pasarnya masih blue ocean. Beberapa bisnis yang akan booming antara lain: jasaantaran tanpa kontak, konser musik virtual, MICE (meeting, incentive, conference, exhibition) virtual, startup bidang virtual reality dan augmented reality, begitu juga startup bidang robot & atomasi.

JAN
2021

INDONESIA

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

⚠️ CHANGES TO DATA SOURCES FOR INTERNET USERS AND SOCIAL MEDIA USERS MEAN THAT VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



INDONESIA

TOTAL
POPULATION



274.9
MILLION

URBANISATION:

57.0%

MOBILE
CONNECTIONS



345.3
MILLION

vs. POPULATION:

125.6%

INTERNET
USERS



202.6
MILLION

vs. POPULATION:

73.7%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



170.0
MILLION

vs. POPULATION:

61.8%

we
are
social



SOURCES: THE U.N.; LOCAL GOVERNMENT BODIES; OSMA INTELLIGENCE; ITC; OWL EUROSTAT; CNFR; ANR; OECD; SOCIAL MEDIA PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY EARNINGS REPORTS; MEDIA GOOPE; CAFEBAZAAR. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE CHANGES, INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO DATA ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, SO MAY EXCEED INTERNET USER NUMBERS.

JAN
2021

DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT OWNS EACH KIND OF DEVICE



INDONESIA

MOBILE PHONE
(ANY TYPE)



98.3%



SMART
PHONE



98.2%

GWI.

NON-SMARTPHONE
MOBILE PHONE



16.0%



LAPTOP OR DESKTOP
COMPUTER



74.7%

GWI.

TABLET
DEVICE



18.5%

TV STREAMING
STICK OR DEVICE



6.0%

GWI.

GAMES
CONSOLE



16.2%

we
are
social

SMART HOME
DEVICE



5.7%

GWI.

SMART WATCH
OR WRISTBAND



13.3%



VIRTUAL
REALITY DEVICE



4.2%

JAN
2021

ONLINE CONTENT ACTIVITIES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT CONSUMES EACH KIND OF CONTENT VIA THE INTERNET EACH MONTH



INDONESIA

WATCH
ONLINE VIDEOS



GWI.

98.5%

WATCH
VLOGS



74.3%

LISTEN TO MUSIC
STREAMING SERVICES



GWI.

84.0%

LISTEN TO ONLINE
RADIO STATIONS



we
are
social

52.1%

LISTEN TO OR
WATCH PODCASTS



58.0%

JAN
2021

USE OF MOBILE APPS BY CATEGORY

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT USES EACH TYPE OF MOBILE APP EACH MONTH



INDONESIA

CHAT APPS
(MESSENGERS)



GWI.

96.5%

SOCIAL
NETWORKING APPS



we
are
social

96.3%

ENTERTAINMENT
AND VIDEO APPS



GWI.

86.2%

MUSIC
APPS



M

60.4%

GAME
APPS



60.2%

SHOPPING
APPS



F

78.2%

MAP
APPS



GWI.

77.6%

BANKING AND
FINANCIAL SERVICES APPS



B

39.2%

HEALTH, FITNESS,
AND NUTRITION APPS



GWI.

23.4%

DATING AND
FRIENDSHIP APPS



10.9%

JAN
2021

MOBILE ACTIONS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT PERFORMS EACH ACTION USING THEIR MOBILE PHONE EACH MONTH



INDONESIA

MAKE VIDEO CALLS
OR USE SERVICES
LIKE FACETIME



56.5%

WATCH CONTENT
ON A TV BY CASTING IT
FROM A MOBILE PHONE*



28.2%

USE OR
SCAN
QR CODES



42.0%

USE A MOBILE PAYMENT
SERVICE (E.G. APPLE
PAY, SAMSUNG PAY)



29.2%

USE A MOBILE
PHONE AS A TICKET
OR BOARDING PASS



18.3%



Selamat Berdiskusi

Waktu Diskusi di breakoutroom 45 menit



Penggunaan Teknologi oleh LKM





*Memasuki era industri 4.0,
dimana semua kegiatan
ekonomi mulai bergeser
menjadi serba digital,
lembaga keuangan dituntut
menyesuaikan diri.*

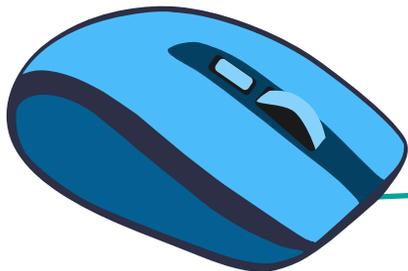
Teknologi Informasi dan Komunikasi LKM



Report system, untuk keperluan monitoring dan laporan kolektibilitas yang mendekati dan sesuai dengan operasional BPR, antara lain pembuatan laporan-laporan seperti laporan keuangan



Delivery system, berupa aplikasi transaksi simpanan dan jasa pembayaran (payment point)



mengembangkan "**support system**", yaitu kemudahan akses internet sehingga dapat akses informasi ekonomi dan bisnis, khususnya yang berhubungan informasi harga komoditi dan kebijakan pembangunan usaha.



Credit application, berupa aplikasi kredit dan pemeliharaan data nasabah



QRIS“

*Quick Response Code
Indonesian Standard*



QRIS merupakan standar QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik, baik served based, dompet elektronik, atau mobile banking.

Beragam Tipe Pembayaran QRIS

EDC



Sticker



Reader



Digitalisasi UMKM melalui QRIS secara Nasional

Jumlah *merchant* QRIS terus meningkat. Tercatat per 12 Juni 2020 sudah mencapai 3,64 juta *merchant*, dimana 87,2% diantaranya merupakan *merchant* mikro dan kecil ...

- Untuk memperluas akseptasi QRIS, BI Pusat dan 46 kantor di berbagai daerah bersama industri mendorong inovasi QRIS bekerjasama dengan seluruh *stakeholders*.
- QRIS juga dipersiapkan sebagai alat pembayaran yang aman untuk diterapkan pada *merchant* sektor pariwisata yang akan segera dibuka di era *new normal*. **Hingga saat ini telah terdapat 23.189 *merchant* Pariwisata.**

MERCHANT CRITERIA	12-Juni-20	Porsi	05-Juni-20
Usaha Besar (UBE)	176.722	4.85%	174.881
Usaha Menengah (UME)	306.379	8.41%	302.176
Usaha Kecil (UKE)	645.925	17.74%	639.424
Usaha Mikro (UMI)	2.529.481	69.46%	2.512.975
Donasi/Sosial (URE)	8.770	0.24%	8.693
TOTAL	3.641.584	100%	3.613.401

Perkembangan Trx QRIS



QRIS QR Code Standar
Pembayaran Nasional

Total merchant terdaftar
QRIS di NMR*

3.641.584

0,77%
(WoW)

Sumber: *PT PTEN posisi data 12 Juni 2020

Launching QRIS di beberapa tempat pariwisata



Desa Karangsem – Bali



Desa Wisata Baduy – Banten



Bangsring Underwater – Banyuwangi



Kitagawa Park – Wonorejo



Bromo – Malang



Desa Wisata Cempaka – Tegay



Webinar Nasional KPwBI Prov Bali
dgn > 400 peserta.

Elektronifikasi Transaksi Bansos & Potensi Digitalisasi Ekonomi Kerakyatan

10

Penyaluran bansos nontunai (PKH & Prog. Sembako) sampai dengan Mei-20 mencapai Rp33,62 T atau sebesar 41,51% terhadap total anggaran bansos nontunai sebesar Rp81 T...

- S.d Mei-20, realisasi bansos (tunai dan nontunai) mencapai Rp78,9 T atau 73,3% target APBN.
- Sedangkan bansos nontunai, hingga akhir Mei 2020, telah disalurkan:
 1. PKH sebesar Rp 19,05 T atau 50,92% dari target Rp 37,4 T.
 2. Program Sembako sebesar Rp 14,58 T atau 33,43% dari target Rp 43,6 T.
- Penyaluran Bansos d/r penanganan Covid-19 akan diperpanjang, semula hanya s.d Jun-20, menjadi s.d. Des-20. Dengan nilai dari semula Rp600 ribu/bulan menjadi Rp300 ribu/bulan.
- Penyaluran bansos kepada KPM terkendala data *unclean* dan gagal Burekol (buka rekening kolektif).
- Untuk memenuhi target penyaluran KPM dimaksud, Kemensos tengah menyiapkan KPM baru pengganti untuk dikoordinasikan bersama Himbara.

Total Anggaran dan Realisasi Bansos (Tunai dan Non-Tunai)

	APBN/P	Realisasi s.d Mei	
		Rp	% APBN/P
2018	81,3 T	39,2 T	48,3%
2019	102,0 T	60,3 T	59,1%
2020	107,6 T ▲	78,9 T ▲	73,3% ▲

Sumber : BI

Realisasi Bansos Non-Tunai (PKH & Program Sembako)

	REALISASI NILAI PENYALURAN (Rp)		
	s.d. Maret 2020	s.d. April 2020	s.d. Mei 2020
PKH	14,1T 37,62% dr target	16,6T 44,30% dr target	19,0T 50,92% dr target
PROGRAM SEMBAKO	7,3 T 16,84% dr target	11,0T 25,24% dr target	14,6T 33,43% dr target

Sumber : Kompilasi Himbara per 31 Mei 2020, diolah

Inovasi Sistem Pembayaran untuk mendukung UMKM binaan LKM

INOVASI OFFLINE TO ONLINE

Shopee Live
Meningkatkan penjualan & memperluas jangkauan pasar dengan siaran langsung. Penjualan langsung di Shopee.

selly
Aplikasi untuk membantu penjual yang menjual produknya di platform lain untuk meningkatkan penjualan.

DANA
Membantu UMKM dengan layanan pembayaran digital.

KEYBOARD AJAIB
Aplikasi untuk mempermudah transaksi.

MENDATA UMKM OFFLINE

BAYAR PAKAI QRIS VIA WA

PERALIHAN PENGGUNAAN QRIS & DIGITAL BANKING







Datacomm, penyedia layanan teknologi berbasis network kehadiran solusi terbarunya dalam **Core Digital Terpadu**.

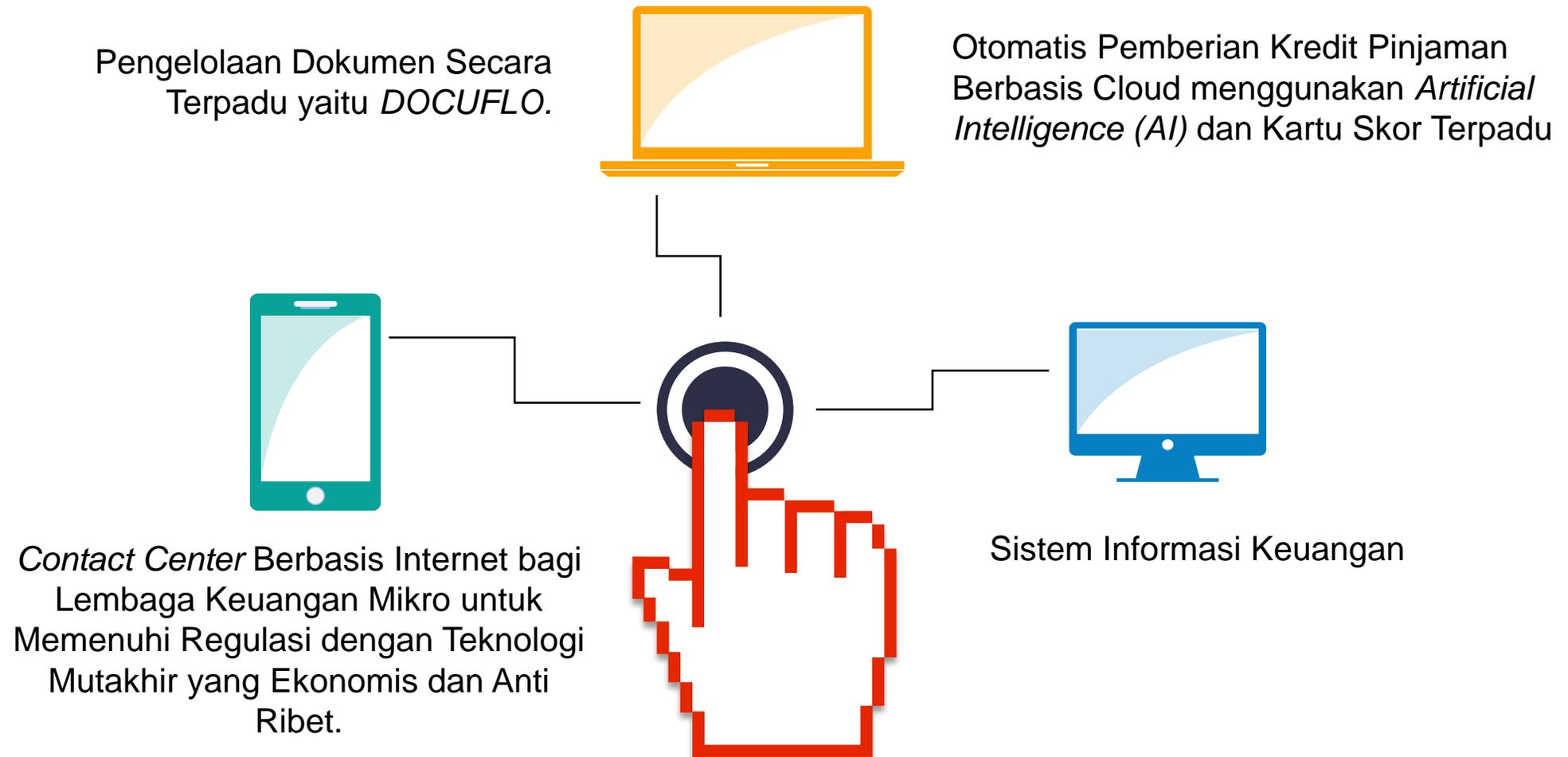
A silver laptop is shown from a three-quarter perspective. The screen displays a dark blue background with a glowing blue shopping cart icon inside a circular frame. Below the icon, the text "Core Digital Terpadu" is written in white. In the background, there is a blurred image of a globe and a white wireless router with two antennas.

Core Digital Terpadu

<https://www.liputan6.com/teknoread/3612535/4-solusi-teknologi-inovatif-yang-dapat-membantu-sektor-keuangan>

Datacomm Cloud Business

Teknologi (cloud) khusus Lembaga Keuangan Mikro (LKM) seperti Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Koperasi Simpan Pinjam (KSP), dan perusahaan fintech



Digitalisasi Kunci Penguatan BMT



Studi Kasus BMT Syariah

<https://knks.go.id/berita/237/digitalisasi-kunci-penguatan-bmt?category=1>

4 Pilar Proses Digitalisasi (Transformasi Digital) BMT Sebagai Sebuah LKM

BMT 4.0 ini adalah management information system, human touch and technology, yaitu teknologi yang membantu meningkatkan bisnis, mengembangkan ekosistem digital tapi masih mempertahankan kedekatan emosional dengan anggota BMT.



Sistem Informasi

Aplikasi atau perangkat lunak core micro banking dari Pinbuk yang dinamakan Integrated Micro Banking System (IMBX) untuk membantu operasional BMT.

01

Customer Service

02

Modul Teller

03

Deposit Pembiayaan

04

Akuntansi

05

Pelaporan



Mobile Banking (Mobile BMT)

Akses Kebutuhan Data Dan Transaksi



1. *Cek Saldo*
2. *Tabungan*
3. *Simpanan Pokok*
4. *Simpanan Wajib*
5. *Simpanan Sukarela,
Mengecek History Transaksi dan
Rekening Koran*
6. *Transfer*
7. *BMT QR Code*
8. *marketplace lokal berbasis BMT*



Gerakan peningkatan literasi keuangan syariah dan digital terhadap anggota/masyarakat



BMT dapat berperan dalam menguatkan rantai nilai halal (*Halal Value Chain*) melalui pembiayaan yang disalurkan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di industri halal

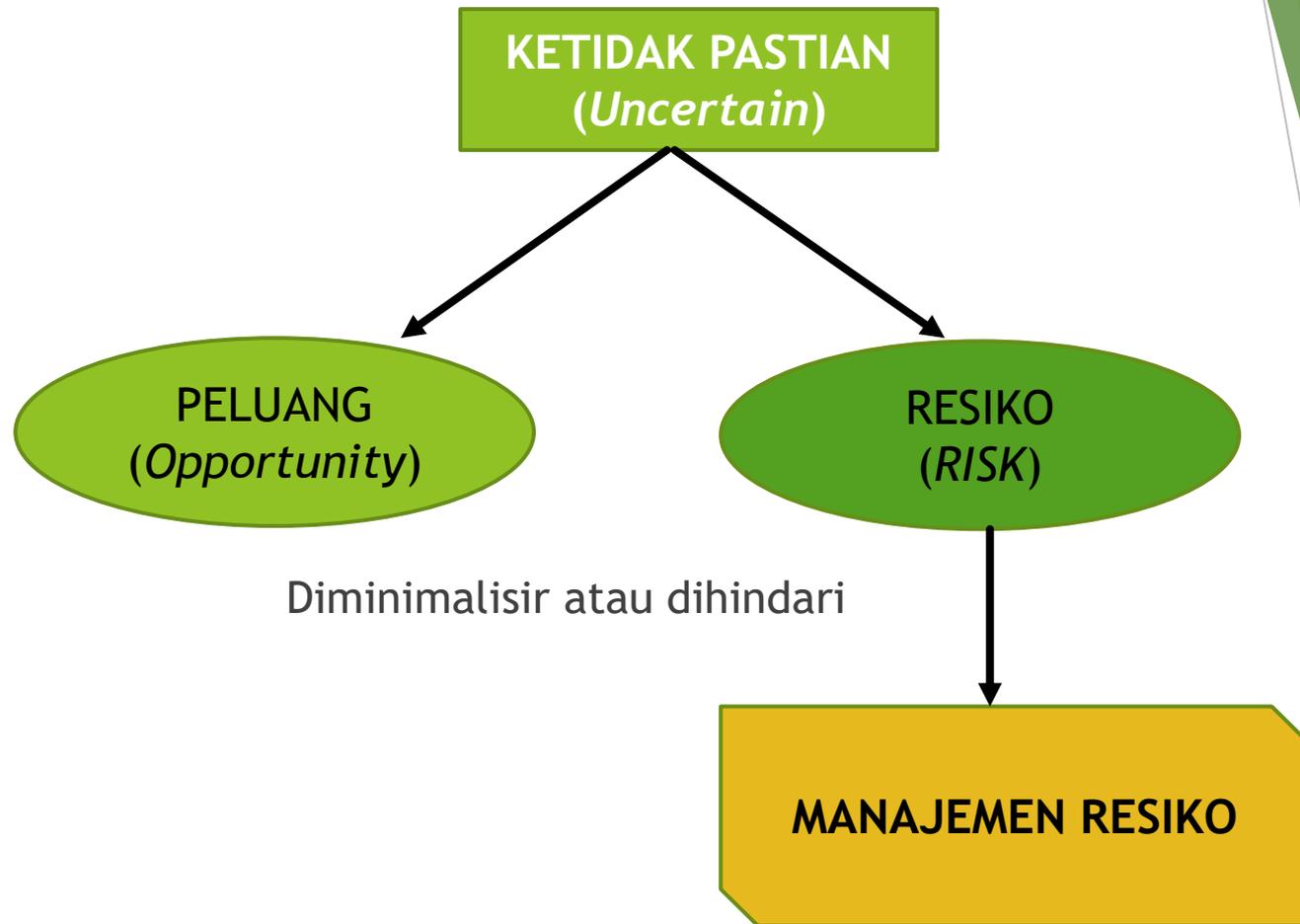


MK Manajemen Lembaga Keuangan Mikro

Manajemen Resiko

Henri Handri Utami

Liana Fatma Leslie Pratiwi



- ▶ mengantisipasi lingkungan yang cepat berubah,
- ▶ mengembangkan *corporate governance*,
- ▶ mengoptimalkan *strategic management*,
- ▶ mengamankan sumber daya dan asset yang dimiliki organisasi,
- ▶ mengurangi *reactive decision making* dari manajemen puncak.

Definisi Risiko

Expected risk

Unexpected risk



Risiko adalah kemungkinan bahwa beberapa peristiwa yang tidak menguntungkan akan terjadi

Risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu (menurut Bank Indonesia)

Risiko adalah kemungkinan yang berpotensi memberikan dampak negatif kepada sasaran yang ingin dicapai

Risiko dalam konteks perbankan merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan (*expected*).

Risiko yang tidak dapat diperkirakan (*unexpected*) yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank).

Definisi Manajemen Risiko

Menurut Bank Indonesia

Serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, melakukan mitigasi, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha bank.

Manajemen risiko merupakan upaya untuk mengelola risiko agar peluang mendapatkan keuntungan dapat diwujudkan secara berkesinambungan (sustainable) karena risiko terhadap aktivitas bank sudah diperhitungkan



JENIS RISIKO

- RISIKO KREDIT

RISIKO KREDIT
Risiko kerugian akibat kegagalan debitur atau pihak lawan (*counterparty*) untuk memenuhi kewajibannya

- RISIKO STRATEGIK

RISIKO STRATEGIK
Risiko yang terjadi akibat ketidakpastian dalam pengambilan dan atau pelaksanaan keputusan strategik

- RISIKO HUKUM

RISIKO HUKUM
Risiko akibat kelalaian bank yang dapat menimbulkan kelemahan dari aspek yuridis dalam menghadapi tuntutan hukum dari pihak lain

- RISIKO KEPATUHAN

RISIKO KEPATUHAN
Risiko uang terjadi akibat bank tidak mematuhi dan atau melaksanakan ketentuan internal dan peraturan perundang-undangan yang berlaku

JENIS RISIKO

• RISIKO LIKUIDITAS

Potensi Volatilitas, Pendapatan yg timbul krna tdk dpt mendanai aset portofolio dgn harga yg wajar selama jatuh tempo yg diperlukan

RISIKO OPERASIONAL

resiko kerugian yg disebabkan oleh proses internal yg tdk memadai atau gagal. Orang & Sistem; atau dari Peristiwa Eksternal

• RISIKO PASAR

Risiko kerugian di dalam dan di luar Neraca, yg timbul dari pergerakan harga pasar (suku bunga/nilai tukar/ komoditas)

Potensi bahwa publikasi negatif (benar atau tidak) akan mengakibatkan kehilangan pelanggan, penurunan pendapatan & peningkatan biaya

• RISIKO REPUTASIONAL

RISIKO KREDIT

Kategori Kredit,
berdasar:

1. Jenis Aktiva
2. Kegunaan Kredit
3. Tujuan kredit
4. Jangka Waktu

Analisis Kredit

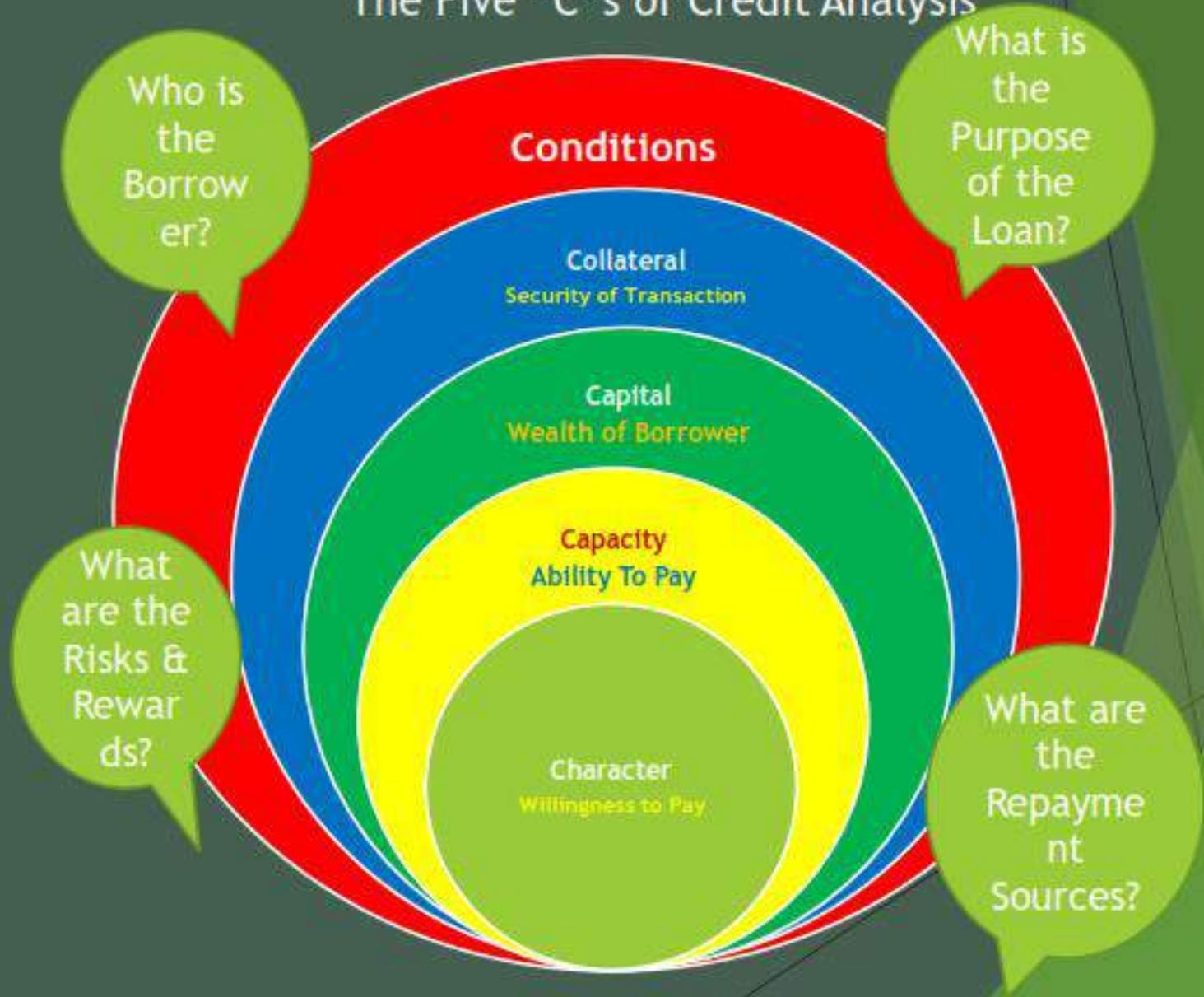
1. Faktor awal penilaian kelayakan kredit
2. Standar Penilaian Kredit 5 C

Proses Manajemen Risiko
Kredit

1. Identifikasi
2. Pengukuran
3. Pengelolaan
4. Pengendalian Risiko

Standar Penilaian Kredit

The Five "C"s of Credit Analysis



RISIKO KREDIT DAPAT TIMBUL APABILA

1. bank memberikan kredit pada nasabah;
2. bank menempatkan dana pada bank lain sebagai penempatan antar bank (lihat artikel bank Indover pada box berikut);
3. bank melakukan transaksi derivatif seperti kontrak berjangka dengan nasabah atau dengan bank lain;
4. bank membeli surat berharga korporasi.

Pengelolaan Kredit Bermasalah

A:

- Rescheduling

B:

- Reconditioning

C:

- Restructuring

D:

- Kombinasi

E:

- Likuidasi jaminan



RISIKO PASAR

1

RISIKO NILAI TUKAR

Potensi kerugian pada posisi valuta asing milik bank, yang nilai dalam valuta domestic menurun akibat terjadi fluktuasi nilai tukar

2

RISIKO SUKU BUNGA

Potensi kerugian pada posisi neraca yang timbul akibat pergerakan suku bunga di pasar yang berlawanan dg posisi sehingga harga pasar dari posisi bank menjadi turun nilainya atau risiko pada transaksi bank yang mengandung risiko suku bunga

3

Risiko KOMODITAS

Potensi kerugian pada posisi komoditas yang dimiliki bank akibat fluktuasi harga komoditas

RISIKO LIKUIDITAS

Risiko akibat ketidakmampuan LKM memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan atau dari aset likuid berkualitas tinggi yang dapat diagunkan, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan bank.

Risiko likuiditas bisa timbul sebagai akibat dari *strategi kredit yang over-agresif*, rendahnya tingkat pembayaran, variasi permintaan musiman (seperti musim Natal atau siklus tanam dan panen), atau pengeluaran-pengeluaran yang tak terantisipasi.



Menghadapi risiko ini LKM biasanya menyimpan **cadangan** antara **15-20 persen** **dari asetnya** dalam bentuk tunai dan aset jangka pendek.

Cadangan lembaga keuangan lain (yang menjaga level likuiditas antara 5-10 persen), cadangan LKM ini tergolong tinggi, tapi jumlah tersebut memungkinkan adanya fleksibilitas jangka pendek. ¹⁰

RISIKO OPERASIONAL

Risiko operasional meliputi risiko kerugian melalui kesalahan proses internal, karyawan yang kurang terlatih, dan sistem informasi yang tidak memadai.

Panduan operasional, deskripsi tugas yang jelas untuk posisi kunci, rotasi pejabat kredit, sistem checks and balances (misalnya pemisahan beberapa tanggung jawab), serta audit internal dan eksternal, seluruhnya berkontribusi terhadap sistem operasional yang baik dan berperan penting terhadap pengelolaan risiko.

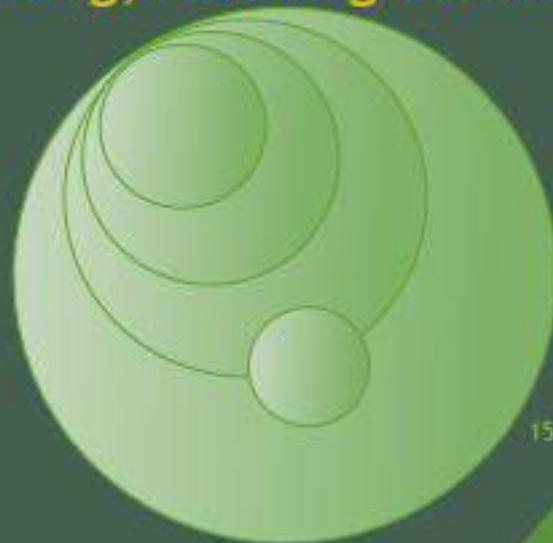
Contoh:

- ▶ (1) pemalsuan bilyet deposito oleh karyawan bank yang kemudian dijadikan agunan kredit;
- ▶ (2) kesalahan posting uang masuk karena pegawai yang ditunjuk kurang berpengalaman;
- ▶ (3) ter jadi bencana alam berupa banjir besar sehingga bank tidak dapat ber operasi secara normal;
- ▶ (4) kejahatan keuangan seperti fraud yang sering dilakukan pihak luar bekerjasama dengan pegawai bank.

RISIKO STRATEGIS

Risiko strategis mencakup pilihan-pilihan dan perubahan-perubahan jangka panjang dalam lingkungan bisnis.

Risiko strategis bisa meliputi strategi bisnis yang tidak tepat, pengenalan produk yang lebih berisiko, keputusan penentuan lokasi kantor cabang, pilihan aliansi strategis, dan perubahan struktur pasar (disebabkan oleh pendatang, undangundang, dan regulasi baru).



Contoh :

- ▶ (1) bank mengikuti arus mengembangkan bisnis mikro, padahal bank tersebut belum berpengalaman dalam bidang tersebut sehingga bank mengalami banyak permasalahan;
- ▶ (2) bank memutuskan bersaing dengan bank asing dengan meluncurkan bisnis produk terstruktur yang kompleks, padahal bank belum memiliki infra struktur yang memadai sehingga bank mengalami kerugian;
- ▶ (3) bank memutuskan melakukan bisnis tertentu yang ternyata kemudian mendatangkan kerugian besar pada bank

Kategori Risiko	Subkategori	Risiko Spesifik
Risiko keuangan	Kredit	Portofolio kredit (internal)
		Tingkat suku bunga (internal atau eksternal)
		Praktik penegakan kredit (internal)
		Praktik penjadwalan dan restrukturisasi utang (internal)
	Pasar	Harga (eksternal)
		Pasar (eksternal)
		Nilai tukar mata uang (eksternal)
	Likuiditas (internal)	Rantai nilai (eksternal)
Risiko operasional		Masalah manajemen arus kas (internal)
	Transaksi (internal)	
	Penipuan dan Integritas (internal)	Batasan otoritas tingkat cabang terhadap kredit
	Teknologi (internal)	Informasi dan teknologi
	SDM (internal)	Pelatihan staf Panduan operasional
	Legal dan Kepatuhan (internal)	Audit operasional, audit keuangan
	Lingkungan (eksternal)	Dampak lingkungan tertentu
Risiko strategis	Kinerja (internal)	Menghasilkan laba dan pendapatan aset dan ekuitas untuk menarik investor
	Usaha Eksternal (eksternal)	Undang-undang baru di sektor keuangan
	Reputasi (eksternal)	Tekanan persaingan (yang lama dan baru)
	Tata Kelola (internal)*	Perubahan praktik regulasi (syarat perizinan dan pelaporan) (eksternal) Kurangnya konsistensi dan arahan dewan (internal)
	Negara (eksternal)	Hubungan dengan pihak pemberi dana dan program-program pemerintah (eksternal)
Risiko produsen	Pengalaman	
	Teknologi	
	Kemampuan manajemen	

Catatan: Tabel ini dikembangkan oleh penulis dan didasarkan pada beberapa sumber. Lihat, misalnya, Fernández (2006) dan Steinwand (2000). Lihat juga Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, <http://www.gtz.de/en/>.

a. Lihat Bab 2 buku ini.

Risiko-risiko yang dihadapi LKM

A:

- Pemilihan nasabah

B:

- Risiko produk

C:

- Komposisi portofolio

D:

- Pemrosesan kredit dan manajemen informasi



RISIKO PEMILIHAN NASABAH

Pemilihan nasabah bisa dianggap merugikan ketika LKM menyetujui pemberian kredit kepada nasabah yang berisiko karena kurang lengkapnya informasi. Hal ini bisa memicu terjadinya penurunan kualitas portofolio karena nasabah-nasabah yang berisiko tinggi tidak dapat atau tidak akan membayar utangnya.



Risiko Produk

- Jumlah pinjaman maksimum dan minimum
- Masa tenggang
- Jatuh tempo pinjaman
- Suku bunga efektif
- Jadwal pembayaran (pembayaran bulanan atau musiman)
- Persyaratan jaminan
- Mata uang pinjaman

Pilihan desain produk yang salah dapat menimbulkan bencana karena tidak cocok dengan budaya lokal dan keterbatasan nasabah LKM

Komposisi Portofolio

Jenis kredit dalam portofolio LKM dapat membuat atau menyeimbangkan risiko yang melekat dalam pemberian pinjaman kepada usaha informal.

Pemahaman tentang risikonya akan memberikan arahan mengenai provisi dan cadangan kerugian kredit yang memadai. Cadangan tersebut adalah mekanisme yang berguna dalam manajemen risiko.

Risiko Produsen

- ❑ Pada banyak kasus, bisnis mikro juga sangat bergantung pada lingkungan nasabah, daripada mengembangkan hubungan jangka panjang dengan nasabah-nasabah lembaga.
- ❑ Skala usaha mereka sangat terbatas, sehingga sering sulit memenuhi kebutuhan sekolah, universitas, dan rumah sakit.
- ❑ Banyak usaha mikro menggunakan desain usang dan bahan di bawah standar yang membatasi kemampuan mereka untuk mendapat banyak nasabah.
- ❑ Akhirnya, sebagian dari mereka tidak lagi dapat memberikan referensi karakter yang memadai dan catatan yang transparan untuk mengimbangi kurangnya jaminan fisik.

PROSES MANAJEMEN RISIKO

A:

- IDENTIFIKASI RISIKO

B:

- PENGUKURAN RISIKO

C:

- PEMANTAUAN RISIKO

D:

- PENGENDALIAN RISIKO



IMPLEMENTASI MANAJEMEN RISIKO PEMBLAYAAN
LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH
(UKMS)



MURTIADI AWALUDDIN

