**OTORITAS JASA KEUANGAN
KOMPETISI INKLUSI KEUANGAN 2017**

Sistem One Stop Postal Financial Service Sebagai Solusi E-Money

Oleh:

Komang Agus Rudi Indra Laksana,SE.,MM (Ketua)

Made Anggia Pramita Sukma, S.S.T, M.Si (Anggota)

Ni Made Yudhaningsih, SE, MM. (Anggota)

**Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Denpasar
2017**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa berkat anugrah-Nya saya dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini sebagai bentuk partisipasi kami dalam kegiatan lomba karya ilmiah Inklusi Keuangan 2017. Hasil dari penyusunan karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna sehingga diperlukan kritik dan saran dalam penyempurnaanya, sehingga dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Denpasar, 11 September 2017
Ketua Kelompok

Komang Agus Rudi Indra Laksana

DAFTAR ISI

Sampul depan	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar	iv
Bab I: Pendahuluan	1
Bab II : Deskripsi Sisten One Stop Postal Fianancial Service	6
Bab III : Dampak Inovasi	10
Bab IV : Peluang Replikasi	11
Daftar Pustaka.....	13
Lampiran	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan <i>e-money</i> di Indonesia periode tahun 2010-2016	2
Gambar 2.1 Pengembangan Sistem	5
Gambar 2.2 Model Kartu Postal card	6
Gambar 2.3 Model Sistem Layanan Kartu Prabayar (<i>postal card</i>).....	6
Gambar 2.4 Tahap Uji Coba	7
Gambar 2.5. Ilustrasi Sistem <i>One Stop Postal Financial Service</i> PT. Kantor Pos Indonesia	9

ABSTRAK

Pada dasarnya, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) yang ditujukan kepada masyarakat *from top to the bottom of the pyramid* untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman (*keeping*), transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek. Berdasarkan hasil survey OJK tahun 2016, yang dilakukan terhadap 9.680 responden di 34 provinsi dan 64 kota/kabupaten ditemukan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat sebesar 29,66% dengan indeks inklusi keuangan masyarakat sebesar 67,82%. Angka tersebut merupakan jumlah masyarakat yang menggunakan produk keuangan. Sebagai bentuk program mendekatkan akses pelayanan perbankan dan keuangan lainnya kepada masyarakat, pemerintah tidak dapat melakukannya sendiri, pelaku usaha juga harus turut serta dalam mewujudkan program tersebut. Pada tahun 2013, PT. Pos Indonesia bekerja sama dengan Bank Mandiri dalam mendirikan kantor pos terpadu sebanyak 29 kantor yang memberikan layanan mikro milik Bank Mandiri, yang bernama Mandiri Mitra Usaha Pos. Dengan menawarkan layanan keuangan PT. Pos Indonesia dapat memenuhi tujuan publik yang terpenting adalah meningkatkan tingkat inklusi keuangan di Indonesia dan memperluas jumlah alternatif produk keuangan untuk semua masyarakat. Mempromosikan kesehatan keuangan semua masyarakat dan memenuhi kebutuhan orang-orang yang tidak difasilitasi oleh layanan perbankan. Layanan keuangan PT. Pos Indonesia dapat membantu keluarga yang kurang terlayani dalam memanfaatkan sistem keuangan perbankan, misalnya memulai aktivitas menabung. Selain itu, layanan keuangan PT. Pos melalui *Postal Card* akan sesuai dengan misi pendiri PT. Pos Indonesia untuk melayani warga negara dan mendukung pertumbuhan perdagangan dalam negeri. Masyarakat dapat bertransaksi penggunaan layanan kartu prabayar (*postal card*) yang dilakukan pada merchant yang menjadi mitra Pos Indonesia. Proses transaksi *postal card* yang digunakan nasabah merupakan kegiatan yang berbasis *online*. Sistem yang memfasilitasi dan mengatur aplikasi berorientasi pada transaksi komersial, transfer dan kredit. Untuk menunjang kegiatan transaksi *postal card* dapat diakses melalui aplikasi *postal card* yang dapat di instal di komputer maupun *gadget* pengguna. Pada dasarnya pelayanan keuangan yang disediakan oleh *postal card* dibagi tiga yakni jasa pembayaran, jasa tabungan dan jasa kredit.

Keyword: inklusi keuangan, e-money, postal card, PT. Kantor Pos Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) yang ditujukan kepada masyarakat *from top to the bottom of the pyramid* untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman (*keeping*), transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek. Belum terdapat definisi yang baku dari keuangan inklusif, berbagai institusi mencoba untuk mendefinisikannya, sebagai berikut: *state in which all working age adults have effective access to credit, savings, payments, and insurance from formal service providers. Effective access involves convenient and responsible service delivery, at a cost affordable to the customer and sustainable for the provider, with the result that financially excluded customers use formal financial services rather than existing informal options*” (CGAP-GPFI).

Berdasarkan hasil survey OJK tahun 2016, yang dilakukan terhadap 9.680 responden di 34 provinsi dan 64 kota/kabupaten ditemukan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat sebesar 29,66% dengan indeks inklusi keuangan masyarakat sebesar 67,82%. Angka tersebut merupakan jumlah masyarakat yang menggunakan produk keuangan. Seperti layanan keuangan dari jasa atau lembaga keuangan formal, bukan ilegal. Dengan tingkat literasi keuangan, otomatis mereka sudah mengenal tabungan, reksadana, asuransi, pegadaian dan masih banyak produk lainnya. Tahun 2013 lalu inklusi keuangan sudah mencapai 59,7 persen dari masyarakat dan 2016 lalu meningkat menjadi 67,8 persen yang sudah menggunakan produk keuangan. Dari hasil survei tahun 2013 masyarakat Indonesia yang mengetahui dengan benar terkait literasi keuangan baru mencapai 21,8 persen. Namun angka tersebut meningkat pada 2016 dengan prosentase 29,6 persen masyarakat Indonesia sudah mengetahui produk dan layanan serta resiko dari produk keuangan. Dari hasil tersebut ditemukan bahwa masyarakat dipengaruhi keputusan keuangan yang berasal dari informasi iklan tv sebesar 51,74%, saran dari teman 31,69% dan informasi dari kantor cabang lembaga jasa keuangan sebesar 23,43%.

Sebagai bentuk program mendekatkan akses pelayanan perbankan dan keuangan lainnya kepada masyarakat, pemerintah tidak dapat melakukannya sendiri, pelaku usaha juga harus turut serta dalam mewujudkan program tersebut. Pada tahun 2013, PT. Pos Indonesia bekerja sama dengan Bank Mandiri dalam mendirikan kantor pos terpadu sebanyak 29 kantor yang memberikan layanan mikro milik Bank Mandiri, yang bernama Mandiri Mitra Usaha Pos. Sinergi Pos Indonesia dengan Bank Mandiri tidak hanya sampai di situ. Keduanya bersama dengan PT. Taspen sudah mengadakan MoU (nota kesepahaman) untuk pembentukan bank *joint venture*. Pembentukan bank ini semata untuk memperluas akses keuangan kepada masyarakat, khususnya usaha kecil dan menengah. Pelayanan PT.

Pos Indonesia terus ditingkatkan melalui teknologi. Bahkan perusahaan ini berkomitmen untuk selalu ada dimanapun masyarakat berada. Peningkatan pelayanan berdasarkan teknologi ini, misalnya PT. Pos membuat M-Pospay dan Galeripos.com, yakni program yang mendukung masyarakat pengguna dunia maya. PT Pos Indonesia dapat melayani masyarakat melalui kantor pos virtual yang merupakan kantor pos yang tak lagi berbasis fisik, namun non-fisik dengan internet sebagai *backbone* operasionalnya. Kantor pos virtual tak hanya dapat melayani aneka transaksi keuangan tetapi juga pengiriman dokumen dan barang, masyarakat bisa berbelanja apa saja secara *online* melalui kantor pos virtual ini.

Pelayanan kantor pos di Indonesia berada pada posisi yang baik untuk menyediakan layanan keuangan non-bank bagi masyarakat kebutuhan yang tidak dipenuhi oleh sektor keuangan tradisional. Penggunaan kantor pos memperluas pilihan finansial warga dan akses bukan merupakan sesuatu yang baru, namun dalam makalah ini mengidentifikasi peluang khusus untuk pelayanan non-bank Kantor Pos di Indonesia dengan cakupan layanan kartu prabayar (*postal card*) yang dapat diisi ulang dengan fitur yang mendorong masyarakat untuk menghemat uang, transaksi *mobile*, dalam produk yang terlayani dalam *e-commerce*. Masyarakat juga bisa memasukan cara baru untuk mentranfer uang baik dalam negeri maupun di luar negeri. Konsep *postal card* termasuk dalam pelayanan *e-money* di Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun dari Bank Indonesia penggunaan *e-money* tiap tahun mengalami peningkatan, seperti pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1 Pertumbuhan *e-money* di Indonesia periode tahun 2010-2016 (Bank Indonesia, 2017)

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa pertumbuhan *e-money* di Indonesia selama periode tahun 2010-2016 mengalami pertumbuhan signifikan dengan jumlah uang yang beredar dan nominal transaksi. Maka dapat dinyatakan bahwa *e-money* sudah mulai dimanfaatkan oleh masyarakat di Indonesia, namun dengan ketersediaan kantor

pos di seluruh daerah di Indonesia akan mampu memberikan layanan keuangan kepada masyarakat di daerah yang tidak tersentuh oleh layanan keuangan digital dari perbankan. Maka dalam makalah ini akan diidentifikasi peluang konsep *e-money* melalui *postal card* yang memberikan layanan keuangan *one-stop service* bagi masyarakat dalam memanfaatkan layanan digital keuangan berbasis *e-money*.

1.2 Manfaat dari penerapan *postal card financial service*

Adapun manfaat dari penerapan *postal card financial service* adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi masyarakat, artinya melalui program *postal card financial service* dapat membantu masyarakat yang berpenghasilan rendah untuk memanfaatkan keuntungan menyimpan dana dengan aman dan bebas biaya administrasi serta berkesempatan mendapatkan fasilitas pinjaman dalam jumlah kecil namun dengan tingkat suku bunga yang ringan, sehingga dapat memberikan alternatif sumber pinjaman yang murah.
2. Manfaat bagi komunitas jasa keuangan, artinya dengan adanya *postal card financial service* komunitas layanan keuangan menjadi penerima manfaat dari serangkaian layanan dan produk keuangan PT. Pos Indonesia yang sukses karena tiga alasan utama: kemitraan, sistem pembayaran, dan pelanggan baru. Apalagi target pasar untuk layanan keuangan pos terdiri dari orang-orang yang saat ini tidak fokus utama pada produk layanan bank. Sebenarnya, bekerja sama dengan entitas non finansial yang terpercaya, membantu lembaga keuangan menjangkau lebih banyak konsumen berpenghasilan rendah
 - a. Mitra Lembaga (Pihak Perbankan). Keuntungan PT. Pos Indonesia akan bergantung pada sektor keuangan untuk menyediakan *back-end* untuk beberapa layanan termasuk menyediakan *postal card*, pengaturan dan pengelolaan akses *web* dan *mobile*, melayani rekening dan pinjaman. Ini bisa menambah pendapatan baru yang substansial bagi mitra lembaga PT. Pos Indonesia.
 - b. Sistem Pembayaran. Didukung dengan sistem *payroll* untuk gaji karyawan serta dilakukan autodebet untuk tagihan atau pembayaran dana pensiun, angsuran rumah serta tagihan lainnya akan memberikan rasa aman dan memperkecil kemungkinan terjadi *bad-debt* (hutang bermasalah).
 - c. Layanan keuangan PT. Pos Indonesia bisa membantu membawa stabilitas keuangan bagi banyak masyarakat. Karena yang terlayani menjadi lebih stabil secara finansial, mereka akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk melunasi pinjaman dan memperbaiki sejarah kredit mereka. Seiring membaiknya kredit mereka, kolektibilitas kredit mereka akan membaik dan lolos ke rekening giro dan tabungan utama, kartu kredit, kredit mobil, dan kredit perumahan. Singkatnya, layanan

keuangan pos dapat membantu menciptakan lebih banyak pelanggan baru bagi bank.

3. PT. Pos Indonesia artinya jasa keuangan sangat menguntungkan bagi organisasi pos di seluruh dunia. Apakah menggunakan "bank pos" yang disewa sepenuhnya atau bermitra dengan institusi swasta, layanan keuangan pos merupakan bagian utama dari keuntungan dan pendapatan pos di banyak negara termasuk PT. Pos Indonesia.

1.3 Sasaran dari Sistem *One Stop Postal Financial Service*

Dengan menawarkan layanan keuangan PT. Pos Indonesia dapat memenuhi tujuan publik yang terpenting adalah meningkatkan tingkat inklusi keuangan di Indonesia dan memperluas jumlah alternatif produk keuangan untuk semua masyarakat. Mempromosikan kesehatan keuangan semua masyarakat dan memenuhi kebutuhan orang-orang yang tidak difasilitasi oleh layanan perbankan. Layanan keuangan PT. Pos Indonesia dapat membantu keluarga yang kurang terlayani dalam memanfaatkan sistem keuangan perbankan, misalnya memulai aktivitas menabung. Selain itu, layanan keuangan PT. Pos melalui *Postal Card* akan sesuai dengan misi pendiri PT. Pos Indonesia untuk melayani warga negara dan mendukung pertumbuhan perdagangan dalam negeri.

BAB II

DESKRIPSI SISTEM *ONE STOP POSTAL FINANCIAL SERVICE*

2.1 Deskripsi Produk

Layanan kartu prabayar (*postal card*) merupakan kartu yang dikeluarkan oleh Pos Indonesia dengan mitra lembaga PT. Taspen Pos yang dapat digunakan sebagai pembelanjaan, dapat diisi ulang dan untuk penggunaan kartu kredit. Walaupun Taspen Pos merupakan anak perusahaan Bank Mandiri, pengguna layanan kartu prabayar (*postal card*) tidak mengharuskan pengguna untuk membuka rekening di Bank manapun termasuk Bank Mandiri. PT. Pos Indonesia membuat *virtual account* pengguna pada *database* Pos Indonesia yang terhubung pada sistem *BI-Checking* dan Bank yang terdaftar di Indonesia maupun diluar negeri. Dalam hal ini PT. Pos Indonesia bekerja sama dengan Bank-Bank yang sudah terdaftar di Indonesia dan luar negeri. Fitur utama yang diberikan pada layanan kartu prabayar (*postal card*), yaitu; Pengisian ulang pada kartu prabayar (*postal card*), Pengiriman uang kepada Bank yang terdaftar sebagai mitra, Pembayaran tunai menggunakan layanan kartu prabayar (*postal card*), Pembayaran kredit menggunakan layanan kartu prabayar (*postal card*), Fasilitas pembayaran lainnya.

2.2 Alasan Pengembangan Sistem

Sistem penggunaan layanan kartu prabayar menawarkan kemudahan untuk masyarakat dalam kegiatan transaksi *non-cash*. Berdasarkan data Bank Indonesia tahun 2017 tentang pertumbuhan *e-money* di Indonesia periode tahun 2010-2016 sebanyak Rp. 51.204 milyar uang yang beredar namun hanya sebesar Rp.7.063 milyar yang dilakukan secara elektronik menggunakan *e-money*. Dengan layanan kartu prabayar (*postal card*) maka transaksi elektronik menggunakan *e-money* dapat ditingkatkan. Layanan kartu prabayar (*postal card*) merupakan pengembangan sistem *e-money* yang sudah beredar di masyarakat, namun lebih ditujukan pada masyarakat yang belum menggunakan *e-money*. Masyarakat yang belum memiliki rekening perbankan yang terdapat pada daerah yang terisolir dari layanan perbankan, namun dapat dijangkau dengan layanan pos Indonesia merupakan target dari sistem ini.

Gambar 2.1 Pengembangan Sistem

Sistem *e-money* sudah marak beroperasi saat ini yakni Mandiri *e-money*, Tap Cash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, T-Cash telkomsel dan lainnya. Namun dengan jumlah *e-money* yang sudah ada belum mampu meningkatkan jumlah transaksi elektronik di Indonesia, yakni hanya sebesar 13.7% dibanding uang yang beredar pada tahun 2016. Kendala yang muncul dikarenakan terdapat daerah yang belum dijangkau oleh layanan perbankan. Dari sisi pengisian saldo, masing-masing elektronik card memiliki saldo minimum untuk *top up*. Jadi kesempatan untuk menikmati fasilitas transaksi elektronik untuk masyarakat tersebut hilang. Maka sistem yang sudah ada haruslah diperbaiki atau dikembangkan.

PT. Pos Indonesia memiliki jaringan sejumlah 4.800 Kantorpos *online* dengan titik layanan (*Point of Sales*) mencapai 58.700 titik dalam bentuk Kantorpos, Agenpos, *Mobile Postal Service*, dan lain-lain. Dengan banyaknya kantor Pos Indonesia, maka penggunaan elektronik *money* untuk masyarakat yang belum terjangkau layanan perbankan dapat menggunakan fasilitas *e-money*. Pos Indonesia sudah memiliki layanan *myPos* dan *m-pospay* sangat memungkinkan untuk mempermudah kegiatan transaksi *e-money* dengan menerbitkan layanan kartu prabayar (*postal card*) yang sudah terintegrasi. Dengan layanan kartu prabayar (*postal card*) jumlah *top-up* dapat berasal dari kiriman uang sesama pengguna, gaji pensiun maupun setoran pengguna.

2.3 Tahapan Perencanaan

Postal card berbentuk kartu PVC dengan *Chip* yang dapat menyimpan data pengguna. Data pengguna sudah terintegrasi pada Bank swasta maupun nasional, Bank Indonesia dan *merchant*. Saat ini *merchant* haruslah merambah pada toko yang dapat dijangkau masyarakat dan bukanlah hanya terbatas pada perusahaan dengan *brand-brand* luar. Sehingga masyarakat dengan mudah dapat bertransaksi secara elektronik. Berikut model sistem layanan kartu prabayar (*postal card*).

Gambar 2.2 Model Kartu Postal card

Gambar 2.3 Model Sistem Layanan Kartu Prabayar (*postal card*)

Dalam hal ini masyarakat yang telah menjadi pengguna layanan kartu prabayar (*postal card*), harus terlebih dahulu mendaftar untuk mendapatkan postal card. Transaksi penggunaan layanan kartu prabayar (*postal-card*) dapat dilakukan pada *merchant* yang menjadi mitra Pos Indonesia. Data terintegrasi dengan Bank Indonesia dilakukan untuk mengetahui kolektibilitas kredit pengguna layanan kartu prabayar (*postal-card*). Sehingga jumlah kredit macet yang mungkin terjadi kepada pelanggan dapat dihindari. Pengguna juga dapat bertransaksi pengiriman dan penerimaan uang kepada Bank swasta dan nasional. Seluruh transaksi akan diproses pada manajemen *database* Pos Indonesia.

2.3 Tahapan Uji Coba

Tahap uji coba kartu prabayar (*postalcard*) yaitu dengan menerbitkan dan menggunakannya pada salah satu cabang Pos Indonesia dengan karyawan sebagai pengguna postal card. Tahapan ini berfungsi sebagai penyempurnaan layanan kartu prabayar (*postal card*) agar dapat dilakukan penanggulangan saat digunakan pada masyarakat luas.

Gambar 2.4 Tahap Uji Coba

2.4 Implementasi Kegiatan

Masyarakat dapat bertransaksi penggunaan layanan kartu prabayar (*postal card*) yang dilakukan pada merchant yang menjadi mitra Pos Indonesia. Proses transaksi *postal card* yang digunakan nasabah merupakan kegiatan yang berbasis *online*. Sistem yang memfasilitasi dan mengatur aplikasi berorientasi pada transaksi komersial, transfer dan kredit. Untuk menunjang kegiatan transaksi *postal card* dapat diakses melalui aplikasi *postal card* yang dapat di instal di komputer maupun *gadget* pengguna. Pada dasarnya pelayanan keuangan yang disediakan oleh *postal card* dibagi tiga yakni jasa pembayaran, jasa tabungan dan jasa kredit.

a) Pelayanan Pembayaran (*Payment Service*).

Pengisian saldo layanan kartu prabayar (*postal card*) dapat dilakukan perdana oleh pengguna saat mendaftarkan diri di kantor Pos Indonesia. Hal ini dilakukan agar pengguna dapat langsung menggunakan *postal card* di berbagai *merchant*. *Top-up* saldo selanjutnya dapat terintegrasi dengan sistem gaji pensiun untuk PNS, sedangkan karyawan (non-PNS) dapat bekerja sama dengan sistem *payroll* perusahaan. Pengguna yang memiliki layanan kartu prabayar (*postal card*) dapat menggunakan dana untuk bertransaksi. Saldo akan dilakukan terpotong saat penerimaan dana selanjutnya (*autodebet*), baik dari gaji pensiun, *payroll* perusahaan yang bekerja sama maupun transfer dari Bank lain. ATM Link dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan transfer dan penarikan tunai. Khusus untuk penarikan tunai dibatasi dengan jumlah tertentu dan relatif kecil. Mengingat tujuan dari penggunaan *postal card* adalah untuk melakukan transaksi elektronik.

b) Pelayanan Tabungan (*Savings Service*)

Pos Indonesia bekerja sama dengan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) untuk menjamin dana simpanan masyarakat aman dan terlindung. Mengingat banyak dari penggunaan *e-money* yang belum dijamin oleh LPS, maka salah satu keunggulan yang ditawarkan dalam layanan kartu prabayar (*postal card*) adalah memastikan dana pengguna sudah dijamin oleh LPS. Pengguna layanan kartu prabayar (*postal card*) dapat melakukan tabungan rutin. Kegiatan tabungan pada Pos Indonesia akan dilakukan dengan menggandeng PT. Taspen Pos. Pengguna juga tidak perlu khawatir dengan total transaksi yang terjadi pada akun layanan kartu prabayar (*postal card*). Pengguna dapat mengecek transaksi dengan *men-download* aplikasi *postal card* dan *install* pada komputer maupun *gadget* pengguna, atau pun melalui layanan *Short Message Service* (SMS). Keunggulan layanan kartu prabayar (*postal card*) adalah pengguna tidak direpotkan dengan banyaknya kartu, karena layanan kartu prabayar (*postal card*) sudah dapat melakukan berbagai transaksi yakni transaksi elektronik, kredit, penarikan dengan jumlah tertentu dan transfer bank dalam maupun luar negeri. Layanan kartu prabayar (*postal*

card) tidak hanya menjangkau masyarakat di perkotaan, namun dapat digunakan masyarakat yang tidak dijangkau layanan perbankan namun dapat diakses oleh Pos Indonesia. LPS diikutsertakan dalam sistem *postal card*, sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna akan sistem *postal card*.

c) **Pelayanan Pinjaman Mikro (*Credit Service*)**

Merchant yang bekerja sama dengan Pos Indonesia dapat digunakan pengguna untuk bertransaksi layaknya kartu kredit perbankan. Dalam hal ini pengguna dapat melakukan pembayaran dengan *autodebet* saldo yang terdapat dalam *postal card*, maupun menggunakan fasilitas kredit. Fasilitas kredit dapat diberikan dengan syarat dan ketentuan seperti sistem penggajian dengan *payroll* atau bagi yang tidak *payroll* digunakan sistem deposit sebesar dua kali gaji atau nominal dana pensiun. Pinjaman yang diberikan hanya digunakan untuk pembiayaan produktif misalkan pembayaran angsuran perumahan, pendidikan, pembayaran asuransi kesehatan serta dana pensiun. Kolektibilitas pengguna akan di perbaharui dengan dilakukannya *BI-checking*, sehingga kredit macet dapat diminimalkan

Gambar 2.5. Ilustrasi Sistem *One Stop Postal Financial Service* PT. Kantor Pos Indonesia

BAB III

DAMPAK INOVASI

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi menyebabkan volume pengiriman surat menurun, hal ini menyebabkan Post Indonesia mencari cara baru untuk *diversifikasi* pendapatan mereka, dan layanan keuangan telah menjadi sumber baru bagi mereka. Dampak yang tidak kalah penting yang di timbulkan oleh inovasi ini adalah dalam bidang literasi keuangan terhadap masyarakat terutama masyarakat pedesaan yang selama ini belum sepenuhnya memahami konsep *e-money*. Bank dan institusi lainnya mencari mitra dengan aset dan kemampuan unik. Dengan menawarkan serangkaian layanan keuangan non-bank, Pos Indonesia dapat membantu memberi solusi untuk menjadi mitra bagi perbankan untuk mengembangkan program inklusi keuangan. Post Indonesia memiliki kantor cabang sebanyak 58.700 kantor cabang, jadi Post Indonesia merupakan mitra tepat yang dipilih oleh Bank Mandiri untuk mendukung program inklusi keuangan yang di programkan Bank Indonesia untuk mengurangi penggunaan uang cash dan beralih ke penggunaan *e-money*.

Layanan Pos dapat menciptakan situasi "*win-win*" dengan bermitra dengan bank dan organisasi lain untuk menyediakan produk dan layanan keuangan kepada pelanggan baru. Layanan keuangan pos dapat melengkapi penawaran saat ini dari bank dengan membantu bank menjangkau pelanggan di wilayah geografis baru, dengan menawarkan produk kepada pelanggan yang sebelumnya bukan fokus utama bank. Layanan Pos menawarkan kepercayaan, jaringan fisik yang luas, dan aset penting lainnya. Bank menawarkan kehandalan, keahlian, dan kompetensi dalam hal transaksi keuangan. Mereka juga bisa memberikan pengetahuan berharga yang bisa membantu struktur pelayanan Pos baru. Hasil akhirnya bisa berupa layanan baru bagi pelanggan, lebih banyak pendapatan bagi bank, dan cara yang lebih mudah bagi Dinas Pos untuk memperluas kehadirannya di pasar jasa keuangan. Dinas Pos akan bergantung pada sektor keuangan untuk memberikan dukungan tambahan untuk beberapa layanan ini, termasuk menyediakan Kartu Pos, pengaturan dan pengelolaan akses web dan mobile, melayani rekening dan pinjaman, dan mungkin mendanai dan memegang pinjaman di neraca mereka ini bisa menambah pendapatan baru yang substansial bagi mitra lembaga keuangan Pos Indonesia.

Karena layanan ini jg memberi fitur untuk pinjaman kredit dengan jumlah tertentu/ sesuai dengan kemampuan maka layanan keuangan pos ini juga dapat membantu membawa stabilitas keuangan bagi banyak keluarga. Membuat mereka menjadi lebih stabil secara finansial, mereka akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk melunasi hutang masa lalu dan membersihkan sejarah kredit mereka. Seiring membaiknya kredit mereka, beberapa di antaranya dapat lulus untuk mendapatkan status penuh, lolos ke rekening giro dan tabungan utama, kartu kredit, kredit mobil, dan hipotek rumah. Singkatnya, layanan keuangan pos dapat membantu menciptakan lebih banyak pelanggan baru bagi bank.

BAB IV

PELUANG REPLIKASI

1. Pendekatan Kebijakan

Pelaksanaan program keuangan inklusif membutuhkan dukungan kebijakan baik oleh pemerintah maupun Bank Indonesia guna meningkatkan akses akan layanan jasa keuangan. Inisiatif untuk mendukung pilar ini antara lain meliputi: a) kebijakan mendorong sosialisasi produk jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, b) menyusun skema produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, c) mendorong perubahan ketentuan dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian secara proporsional, d) menyusun peraturan mekanisme penyaluran dana bantuan melalui perbankan, e) memperkuat landasan hukum untuk meningkatkan perlindungan konsumen jasa keuangan, dan f) menyusun kajian yang berkaitan dengan keuangan inklusif untuk menentukan arah kebijakan secara berkelanjutan. Pertama, mereka dapat secara langsung mensosialisasikan produk dan layanan keuangan yang ada dan potensial yang ditawarkan oleh Kantor Pos. Kedua, mungkin ada peran Kantor Pos untuk berperan dalam membantu bank dan institusi lain agar mematuhi peraturan. Misalnya, Kantor Pos dapat menyelidiki apakah bank-bank yang bermitra dengannya dapat memperoleh kredit untuk memenuhi persyaratan mereka berdasarkan prinsip ke hati-hatian. Ketiga menyusun skema produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mengurangi peredaran uang cash.

2. Pendekatan Regulasi

Mendukung kebijakan Bank Indonesia mengenai Layanan Keuangan Digital (LKD) yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan uang elektronik sekaligus mendukung keuangan inklusif di Indonesia. Dalam rangka mempermudah akses masyarakat untuk menggunakan uang elektronik, dilakukan penyederhanaan terhadap minimum informasi yang diperlukan dalam melakukan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik *registered* yang digunakan dalam menyelenggarakan LKD yaitu CDD (*Customer due diligent*) dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian dan ketentuan yang mengatur mengenai anti pencucian uang dan pencegahan pendanaan terorisme.

3. Pendekatan edukasi dan sosialisasi

Dilaksanakan melalui kegiatan literasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga keuangan atau lembaga lain kepada masyarakat untuk pengenalan *E-money* dan peningkatan penggunaan *e-money*. Sosialisasi juga dilakukan melalui iklan dan himbauan untuk pengenalan dan penggunaan *e-money* melalui media cetak maupun televise.

4. Pendekatan infratraktur

Jumlah kantor pos yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia sangat mendukung program inklusi keuangan yang di programkan oleh bank sentral Indonesia, untuk tujuan meningkatkan penggunaan *E- money* di kalangan masyarakat.

5. Pendekatan Komunikasi

Dengan adanya kebijakan *E-money* yang dilakukan oleh bank Indonesia dengan sistem *one stop postal financial service sebagai solusi e-money* akan memberi dampak terhadap sistem komunikasi yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Office of Inspector General United States Postal Service. Providing Non-Bank Financial. Januari 27 2014.

Bank Indonesia. Statistic sistem pembayaran uang elektronik. Diperoleh 11 September 2017.<http://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Penyelenggara%20Uang%20Elektronik.aspx>