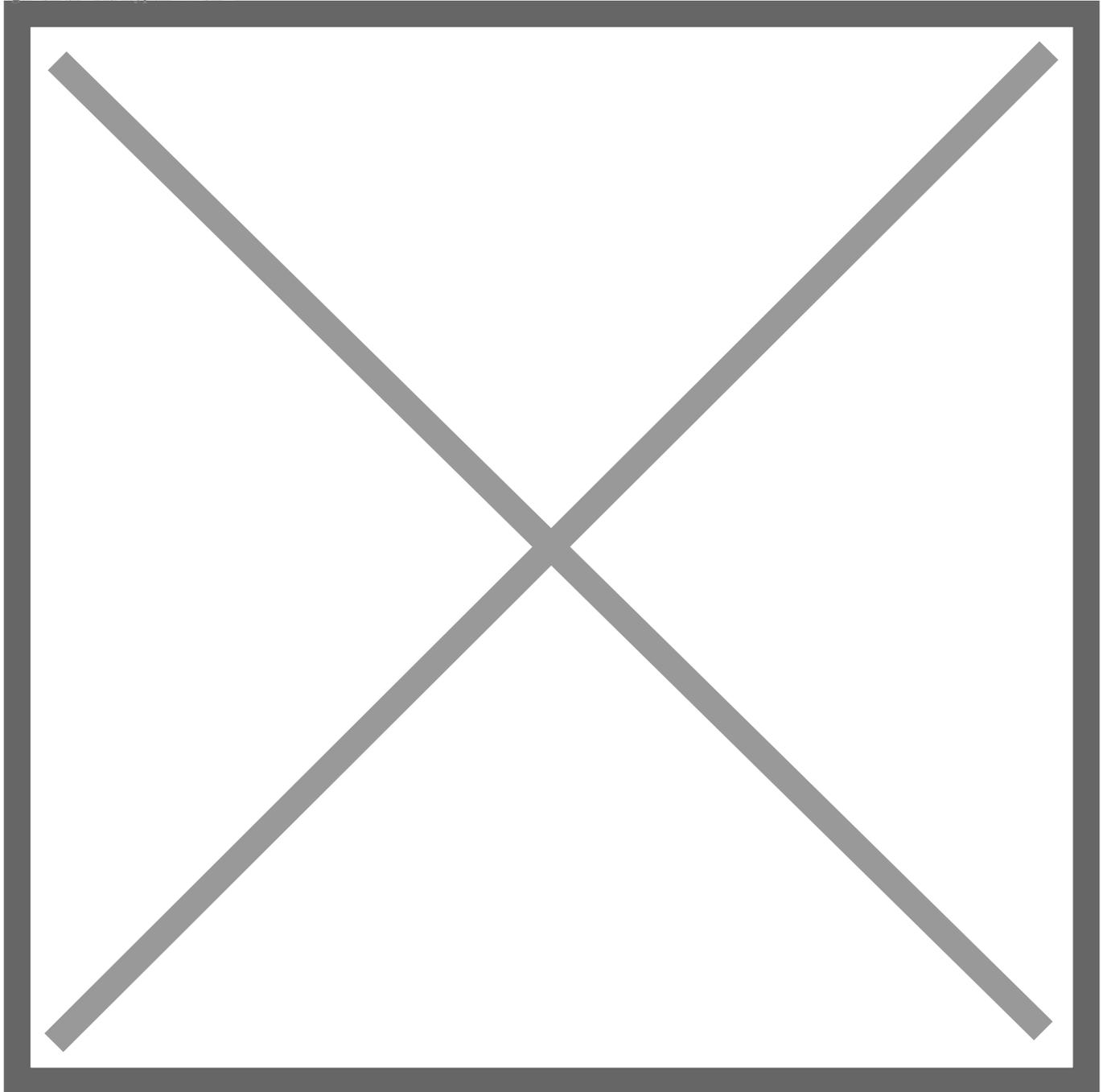


Webinar IMA : 6 Asosiasi Jasa Keuangan Berikan Perhatian Atas Perlindungan Konsumen di Era Digital

Image not found or type unknown



Jakarta: Setelah sukses dalam Webinar Series tentang digital marketing pada 7 September lalu, kali ini Indonesia Marketing Association (IMA) menyelenggarakan Webinar Series 2 yang berbicara mengenai literasi keuangan dan perlindungan konsumen di era digital yang dihadiri oleh lebih dari 1.000 peserta dari berbagai undangan asosiasi jasa keuangan seluruh Indonesia pada Selasa, 17 November 2020.

Kali ini, IMA berinisiatif menyelenggarakan webinar dan bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan melibatkan para pelaku sektor keuangan di Indonesia, mulai dari Himpunan Bank Milik Negara (HIMBARA), Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI), Asosiasi Fintech Pendanaan Indonesia (AFPI), Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) dan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), hingga Asosiasi Modal Ventura Indonesia (AMVI) yang semuanya hadir untuk membagikan informasi dan pengetahuan baru bagi masyarakat Indonesia tentang literasi keuangan dan perlindungan konsumen, khususnya di era digital.

IMA merupakan asosiasi yang erat kaitannya dengan layanan keuangan dan perlindungan konsumen, karena anggotanya yang berasal dari beragam kalangan, yaitu para profesional, pemerintahan, pendidik, serta *entrepreneur* yang tentunya menggunakan beragam layanan jasa keuangan mulai dari Perbankan, Pembiayaan, Asuransi, hingga layanan dari Teknologi Keuangan (Tekfin).

Dalam beberapa tahun terakhir setelah era *electric* beralih ke era digital, banyak sekali perubahan drastis terjadi. Selain memberikan manfaat, era digital saat ini juga memiliki peluang disalahgunakan oleh berbagai pihak. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu langkah terobosan agar seluruh pengguna jasa keuangan digital merasa bermanfaat, aman, dan nyaman dalam melakukan aktivitas jasa atau layanannya.



Dalam *keynote speech*nya, Tirta Segara, Anggota Dewan Komisiner OJK Bidang Edukasi mengatakan : “Kita perlu terus mendorong literasi keuangan dan mengedukasi secara spesifik setiap lapisan masyarakat. Digitalisasi terjadi di seluruh aspek baik transportasi, *traveling*, dunia hiburan, perbelanjaan dan tentunya di bidang keuangan. Selain banyak manfaat yang diperoleh, di sisi lain setiap tahun terus bermunculan *financial technology (fintech)* ilegal dan investasi bodong yang jumlahnya mencapai ribuan akun. Dari sisi nilai, kerugian akibat kejahatan siber mencapai Rp 8.160 triliun per tahun. Sehingga diperlukan sinergi yang baik dari berbagai lembaga terkait untuk menghadapi tantangan ini secara bersama-sama.”

Jadi, kata Tirta, kita harus melindungi kedua sisi, yaitu konsumen serta lembaganya, sehingga akhirnya akan diperoleh peningkatan tingkat kepercayaan bagi semua *stakeholders* jasa keuangan tersebut. Oleh sebab itu, program perlindungan konsumen di era digital menjadi semakin penting dan krusial.

Menurut Tirta, setiap jasa keuangan harus diawasi dengan dua fokus, yaitu pertama *prudential*, yang mencakup seperti kesehatan individu Lembaga Jasa Keuangan (LJK), profil risiko, rasio keuangan dan manajemen atau operasional dan yang kedua fokus *market conduct*, yaitu mengawasi perilaku Pelaku

Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dalam berhubungan dengan konsumen. OJK tidak bisa melakukan sendiri tanpa kolaborasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga lainnya.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di 2013 tingkat literasi keuangan Indonesia masih berada di angka 21,8% dan hasil indeks inklusi keuangan mencapai 59,7%, lalu kemudian meningkat di tahun 2019 dengan tingkat indeks literasi keuangan Indonesia di angka 38% dan indeks inklusi keuangan berada di angka 76,2%. Namun, sebagai pembandingan, angka indeks inklusi Indonesia masih berada di bawah negara ASEAN lainnya. Misalnya Singapura 98%, Malaysia 85%, Thailand 82%.

Adapun tingkat indeks literasi keuangan tercatat baru 38%, artinya, banyak masyarakat Indonesia ikut ke dalam sistem keuangan, tapi belum paham tentang transaksi dan masalah keuangan tersebut. Oleh sebab itu, meskipun angka indeks literasi tersebut mengalami kenaikan, banyak sekali kejadian-kejadian yang diperkirakan disebabkan oleh kurangnya literasi dari segi keuangan. Inilah yang dimaksud dengan tantangan bersama.

Berbagi ke Banyak Orang



Pada kesempatan tersebut, President IMA, Suparno Djasmin mengharapkan bahwa diskusi seperti Webinar yang dilakukan IMA ini perlu dibagikan ke banyak orang, agar literasi dan inklusi keuangan dapat semakin baik, serta para konsumen dan penyedia jasa keuangan dapat terhindar dari kerugian. Webinar series ini, tutur Suparno Djasmin, sejalan dengan visi IMA, yaitu sebagai wadah untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dan mewakili kepentingan para profesional pemasaran dan kewirausahaan.

President IMA mengungkapkan terima kasih kepada Tirta Segara Anggota Dewan Komisioner OJK Bidang Edukasi serta seluruh Ketua atau Sekretaris Jendral (sekjen) yang mewakili enam asosiasi jasa keuangan yang telah berbagi bagaimana untuk meningkatkan perlindungan kepada konsumen, terutama untuk menciptakan rasa aman, nyaman dan bermanfaat dalam transaksi jasa keuangan di era digital sekarang ini.

Pada kesempatan yang sama, Honorary Founding Chairman IMA, Hermawan Kartajaya dalam *special remarks* pada webinar IMA tersebut mengatakan : “Perlindungan konsumen dan literasi merupakan suatu peluang bisnis. Dan satu hal yang penting, manusia tidak dapat didigitalisasi atau tidak akan bisa digantikan oleh mesin. Yang bisa diganti itu hanya fungsi-fungsi tertentu. Manusia harus naik lagi fungsinya ketika fungsi yang lama diganti dengan fungsi yang baru. Oleh karena itu, untuk mencapai titik harmoni, diperlukan keseimbangan digital antara manusia dan teknologi.”

Hermawan juga menginformasikan akan ada buku Marketing 5.0 yang akan dirilis pada awal tahun depan untuk menjawab berbagai tantangan di bidang marketing saat ini.

Point Penting

Berikut ini adalah beberapa poin penting yang diungkapkan oleh narasumber yang berkaitan dengan asosiasi jasa keuangan yang dipimpin masing-masing :

- HIMBARA : Sebagai pembicara pertama dalam panel diskusi, Sekretaris HIMBARA Ahmad Solichin Lutfiyanto, mengatakan bahwa Himbara terus mendukung OJK untuk mengoptimalkan Literasi Keuangan dan Perlindungan Konsumen.

Himbara juga mendorong Laku Pandai dan mendukung Perlindungan Nasabah untuk keberlanjutan *Financial Inclusion*. Agen Laku Pandai menjadi garda terdepan Himbara mendorong inklusi dan literasi keuangan di masyarakat. Selain itu Himbara juga berperan dalam meningkatkan akses terhadap layanan keuangan secara terpadu dan berkomitmen untuk meningkatkan perlindungan konsumen melalui akselerasi inklusi dan literasi keuangan.

- APPI : Ketua APPI, Suwandi Wiratno mengatakan : “Literasi dan inklusi keuangan di industri pembiayaan mengalami peningkatan di mana perkembangan literasi tahun 2016 berada di angka 13% dan tahun 2019 di angka 15,17%, meningkat sebesar 16,7%. Sementara perkembangan inklusi tahun 2016 berada di angka 11,8% dan tahun 2019 berada di angka 14,56%, meningkat sebesar 23,3%. Hal ini sejalan dengan apa yang dilakukan oleh setiap industri yaitu menerapkan penyelenggaraan kegiatan literasi dan inklusi keuangan setiap tahunnya.”
- AAJI : Kepala Departemen Digital Initiatives AAJI, Yurivanno Gani, mengungkapkan : “AAJI berkomitmen untuk mendukung perkembangan transformasi digital di sektor asuransi jiwa dengan tetap memperhatikan aspek perlindungan konsumen. Di era pandemi Covid-19 ini, komitmen AAJI dibuktikan dengan pembayaran total klaim dan manfaat yang mencapai Rp 64,52 triliun sepanjang semester I-2020 dimana proses klaim juga dapat dilakukan dengan proses digital.”
- AMVI : Ketua AMVI, Jefri Sirait menuturkan : “Hal besar dalam bisnis adalah mampu melindungi konsumen tanpa kehilangan hati.”
- AAUI : Ketua AAUI, Hastanto Sri Margi Widodo : “Perusahaan asuransi yang berada di bawah naungan AAUI senantiasa melakukan inovasi dan meningkatkan pemanfaatan teknologi digital sehingga ketika sekarang kita berada di masa pandemi, tentunya keamanan *customer* tetap terjamin aman.”
- AFPI : Sekjen AFPI, Sunu Widyamoko menjelaskan : "*Fintech lending* sangat *concern* dalam meningkatkan literasi keuangan, karena pasarnya adalah kalangan yang *underserved* dan *underbanked*. Literasi juga perlu dipahami oleh pihak-pihak yang terhubung dalam ekosistem digital."

Informasi lebih lanjut mengenai IMA dan kegiatannya bisa menghubungi:

Direktur Komunikasi IMA, Yulian Warman di 0815 1052 2237.

Tentang IMA

IMA yang merupakan organisasi profesi pemasaran yang didirikan Hermawan Kartajaya, Juan Permata Adoe dan sejumlah tokoh lain di Jakarta pada tahun 1996, menyelenggarakan Rakernas dua kali dalam setahun dan Musyawarah Nasional (Munas) untuk memilih President IMA Nasional setiap 2 tahun sekali. Saat ini, IMA yang sejak 19 Oktober 2019 hingga Oktober 2021 dipimpin oleh Suprano Djasmin, memiliki 45 chapter di seluruh Indonesia dan merupakan anggota aktif Asia Marketing Federation (AMF). Kebetulan pendiri IMA Hermawan Kartajaya adalah tokoh yang berperan dalam kebangkitan kembali AMF di tahun 2007.