

# **SURAT TUGAS**

No. : 018/ST-Dos/WK I/STIE IBS/VII/2023

Berdasarkan jadwal pelatihan yang telah ditetapkan, kami menugaskan kepada:

Nama : Terlampir  
Perguruan Tinggi : STIE Indonesia Banking School  
Alamat : Jl. Kemang Raya No. 35, Kel. Bangka, Kec. Mampang  
Prapatan.Jakarta Selatan 12730

sebagai Narasumber dalam pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing yang akan diselenggarakan oleh STIE Indonesia Banking School. Pelatihan ini merupakan bagian dari program Kolaborasi Kesepakatan Bersama antara Disnakertransgi Pemerintah Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta dengan STIE Indonesia Banking School dalam upaya meningkatkan produktivitas di Provinsi DKI Jakarta.

Rincian pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut:

Hari/tanggal : Senin - Rabu, 24 - 26 Juli 2023  
Waktu : pukul 08.00 - 16.00 WIB  
Tempat : Ruang Amphiteater 4.05

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan/dikeluarkan, agar dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Jakarta, 19 Juli 2023  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
INDONESIA BANKING SCHOOL**



*[Handwritten Signature]*  
**Dr. Erric Wijaya, SE., ME**  
Wakil Ketua I

Lampiran No. : 018/ST-Dos/WK I/STIE IBS/VII/2023

Pelatihan Digital Marketing :

No.	NIDN	Nama Dosen
1	0326016403	Dr. Antyo Pracoyo, M.Si
2	0318076601	Dr. Paulina Harun, SE., M.Si
3	0308127501	Dr. Erric Wijaya, SE., ME
4	0025036110	Dr. Ir. Bambang Budhijana, M.Sc
5	0306126506	Dikdik Saleh Sadikin SE. Ak., M.Si
6	0430056501	Edi Komara SE, M.Si
7	0317087401	Deni Wardani ST.,M.T.I
8	0309038401	Santi Rimadias, SP., M.Si
9	0309097402	Wasi Bagasworo SE, MM



# Digital Marketing

Deni Wardani dan Edi Komara





# E-Commerce pada Metaverse (2025-2030)



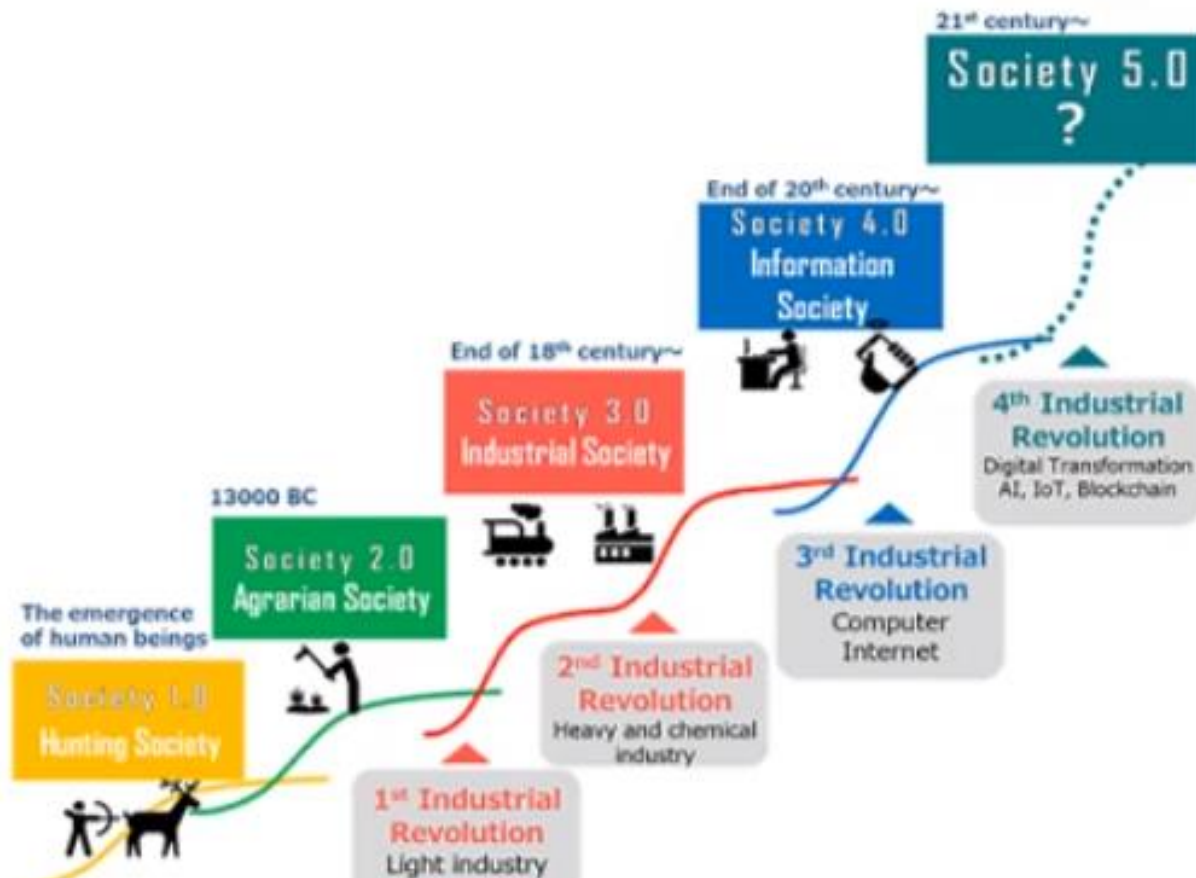
# Besarnya Gelombang Perubahan

- Perubahan Teknologi
  - Dunia lagi mengalami gelombang besar inovasi teknologi digital seperti Internet of things (IOT), Robotika, Blokchains, keuangan digital
- Perubahan Ekonomi dan Geopolitik
  - Pergeseran ekonomi dunia dari Barat ke Asia. Beberapa negara menghadapi penuaan penduduk yang cepat di tengah kelahiran yang sangat rendah, sedangkan populasi global tumbuh eksplisit
- Perubahan Pola Pikir
  - Masalah isu lingkungan global dan kesenjangan social yang memburuk.
- Perubahan Dapat Membawa Peluang dan juga Ancaman
- Imajinasi adalah kunci membentuk masa depan



# Perkembangan Bentuk Masyarakat

- Sampai jaman sekarang ini manusia telah menempuh empat jenis masyarakat yaitu: Masa Berburu, masa Bertani, masa industry dan masa informasi, serta sedang menuju tahap kelima



# Data Pengguna Internet Indonesia 2022

FEB  
2022

## ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



INDONESIA

TOTAL  
POPULATION



**277.7**  
MILLION

URBANISATION

**57.9%**

CELLULAR MOBILE  
CONNECTIONS



**370.1**  
MILLION

vs. POPULATION

**133.3%**

INTERNET  
USERS



**204.7**  
MILLION

vs. POPULATION

**73.7%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**191.4**  
MILLION

vs. POPULATION

**68.9%**

# Data Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia 2022

FEB  
2022

## DIGITAL GROWTH

CHANGE IN THE USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES OVER TIME



INDONESIA

TOTAL  
POPULATION



**+1.0%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+2.8 MILLION**

CELLULAR MOBILE  
CONNECTIONS



**+3.6%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+13 MILLION**

INTERNET  
USERS



**+1.0%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+2.1 MILLION**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**+12.6%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+21 MILLION**



# Data Pengguna Sosial Media Indonesia 2022

FEB  
2022

## TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP



WHATSAPP



31.4

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2%

YOUTUBE



26.4

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2%

FACEBOOK



15.2

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-11%

INSTAGRAM



16.0

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-6%

TIKTOK



23.1

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+67%

# Data Aktivitas Keuangan Indonesia 2022

FEB  
2022

## FINANCIAL INCLUSION FACTORS

PERCENTAGE OF THE POPULATION AGED 15+ THAT OWNS OR USES EACH PRODUCT OR SERVICE



INDONESIA

ACCOUNT WITH A  
FINANCIAL INSTITUTION



48.4%

FEMALE 51.1%  
MALE 45.5%

CREDIT CARD  
OWNERSHIP



2.4%

FEMALE 1.9%  
MALE 3.1%

DEBIT CARD  
OWNERSHIP



30.8%

FEMALE 32.4%  
MALE 29.1%

MOBILE MONEY ACCOUNT  
(E.G. MPESA, GCASH)



3.1%

FEMALE 2.7%  
MALE 3.5%

MADE OR RECEIVED DIGITAL  
PAYMENTS IN THE PAST YEAR



34.6%

FEMALE 35.5%  
MALE 33.7%

MADE A PURCHASE ON THE  
INTERNET IN THE PAST YEAR



9.9%

FEMALE 11.2%  
MALE 8.5%

USED ONLINE BANKING  
IN THE PAST YEAR



7.7%

FEMALE 8.3%  
MALE 7.1%

USED THE INTERNET TO  
PAY BILLS IN THE PAST YEAR



4.2%

FEMALE 5.7%  
MALE 2.7%

# Data Aktivitas Online Shopping

FEB  
2022

## WEEKLY ONLINE SHOPPING ACTIVITIES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO ENGAGE IN SELECTED ECOMMERCE ACTIVITIES EACH WEEK



INDONESIA

PURCHASED A PRODUCT  
OR SERVICE ONLINE



GWI.

60.6%

ORDERED GROCERIES  
VIA AN ONLINE STORE



36.0%

BOUGHT A SECOND-HAND  
ITEM VIA AN ONLINE STORE



13.0%

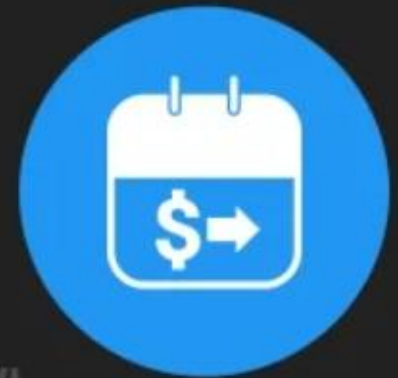
USED AN ONLINE PRICE  
COMPARISON SERVICE



GWI.

18.3%

USED A BUY NOW,  
PAY LATER SERVICE



43.3%



# Data Sosial Media di Indonesia 2022

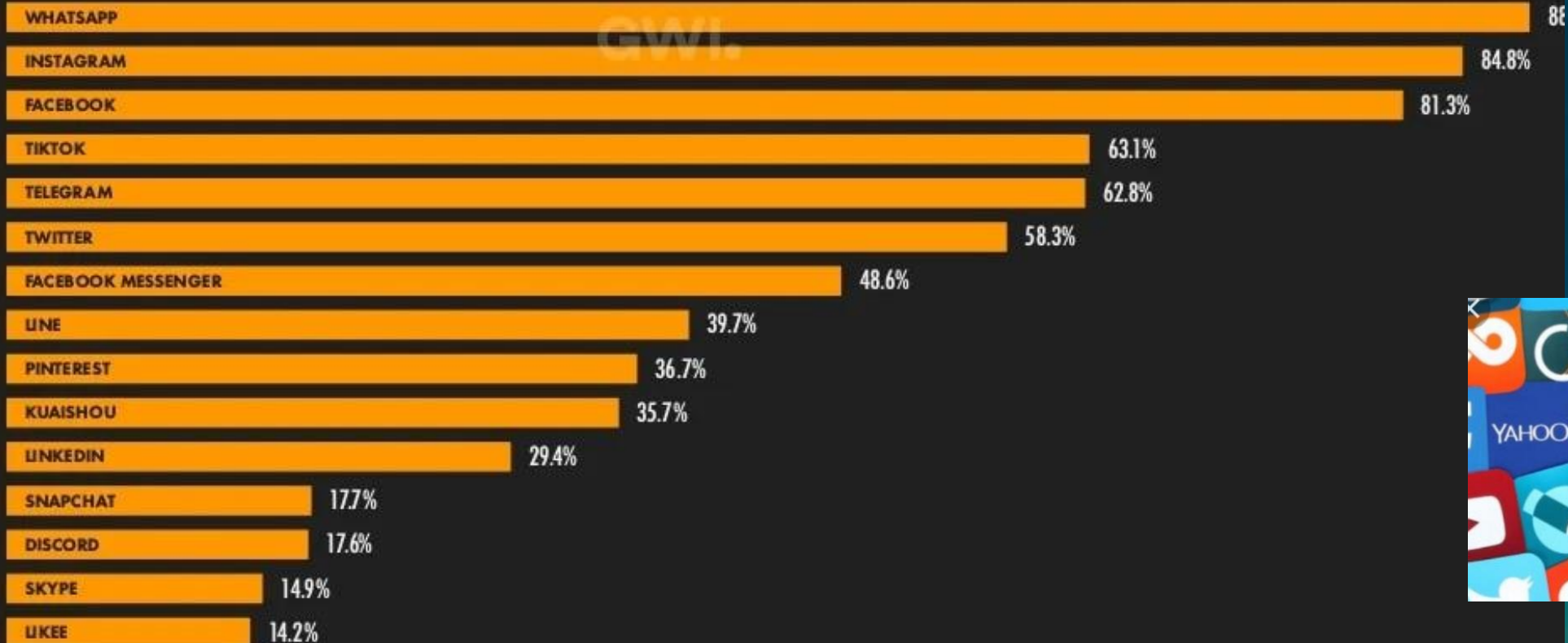
FEB  
2022

## MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH



INDON



SOURCE: GWI (Q3 2021) FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR REPORTS REPORTS WAS BASED ON A DIFFERENT QUESTION IN GWI'S SURVEY.

we

# Mengapa Marketing Sangat Penting

- Pemasaran berkontribusi pada bisnis dalam aspek:
  - Sebagai garis depan untuk menghubungkan merek dengan pelanggan
  - Mempertahankan keberadaan merek dan reputasi untuk jangka Panjang
  - Libatkan pengguna untuk membentuk hubungan dengan merek
  - Sebagai strategi penting untuk memastikan pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan
- Apa Tujuan Pemasaran :
  - Kesadaran Merek
  - Pangsa Pasar
  - Pelanggan Baru
  - Pertahankan Pelanggan
  - Lalu Lintas/Kunjungan
  - Konversi
  - Nilai Seumur Hidup Pelanggan
  - Penjualan/Pendapatan

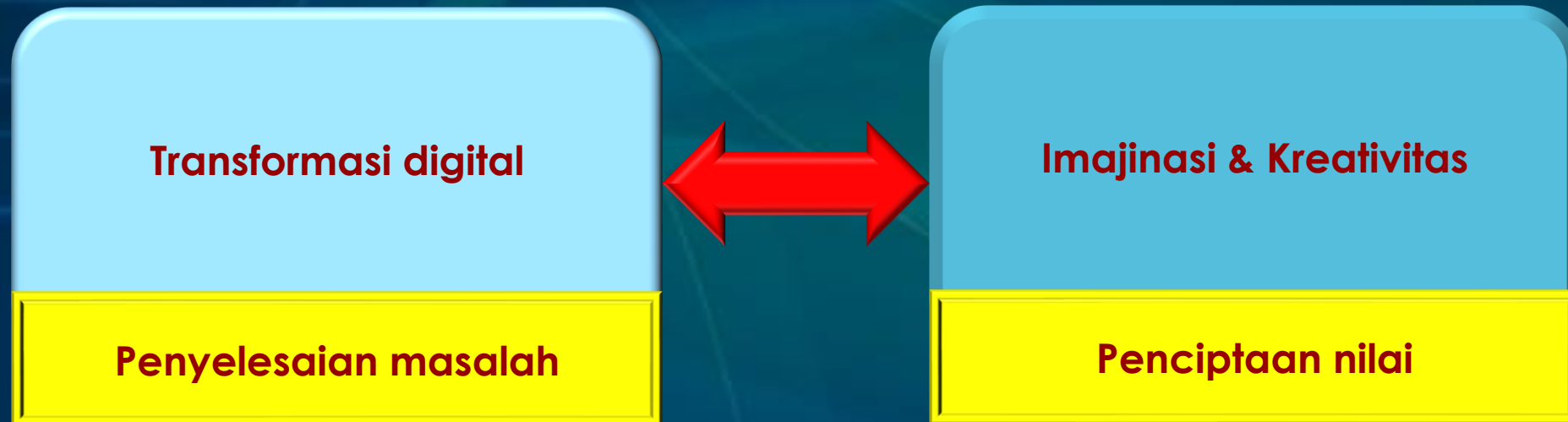
# Transformasi Digital

- Transformasi digital secara dramatis akan mengubah banyak aspek masyarakat, termasuk kehidupan pribadi, bisnis, industry, dan pekerjaan
- Pemanfaatan data dan AI akan membuka banyak kemungkinan baru dalam menggunakan teknologi digital
  - IOT artinya setiap hal dapat terhubung ke internet. Peningkatan teknologi untuk mendapatkan data yang tepat dari dunia nyata akan memungkinkan data sesuai secara real time dan disebar di dunia maya
  - AI artinya Aspek yang penting dalam kemampuannya dalam menganalisis data
  - Robotika artinya Objek yang pintar mempunyai kemampuan AI yang dapat berinteraksi di dunia maya dan dunia nyata
  - Teknologi e-commerce yang dapat menjual secara dunia maya dengan produk berupa barang nyata ataupun digital



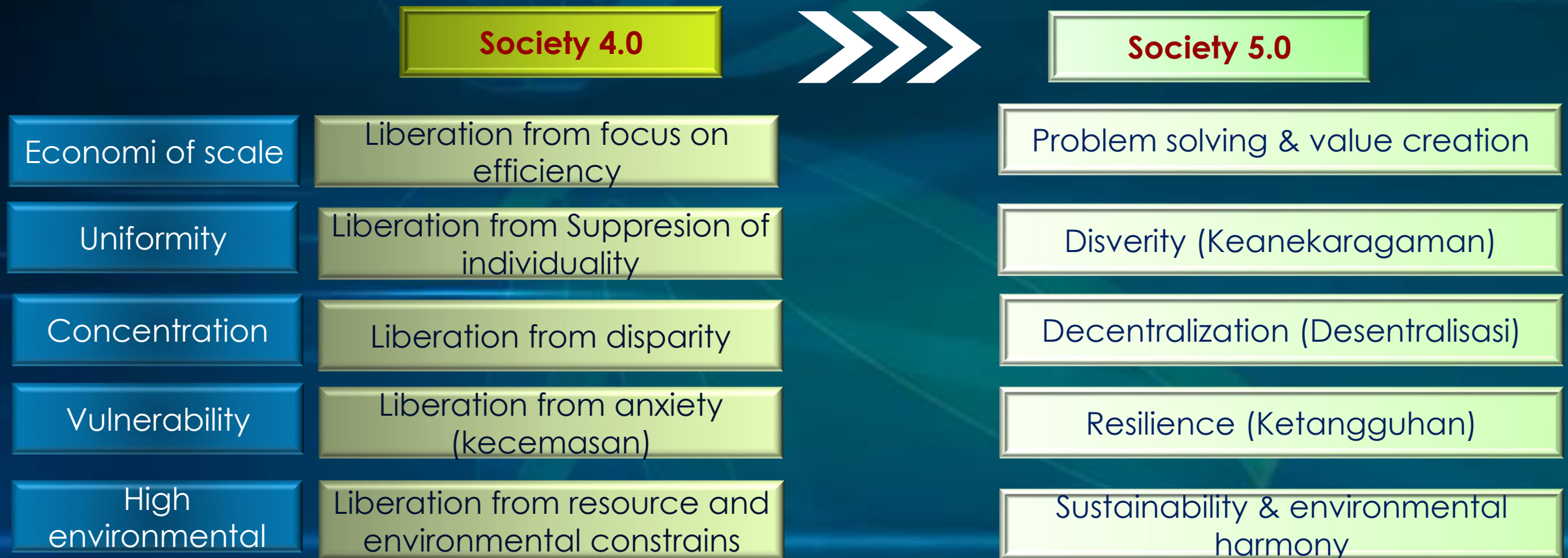
# Sifat Masyarakat 5.0

- Memanfaatkan data dan teknologi digital dalam menciptakan masyarakat yang menjalani gaya hidup yang beragam dan mengejar kebahagiaan dalam diri mereka sendiri
- Kedepannya manusia akan membutuhkan imajinasi untuk mengubah dunia yang kreatif untuk mewujudkan ide-ide masyarakat 5.0 yang menjadi masyarakat imajinasi



# CIRI MASYARAKAT 5.0

- Untuk membawa sebuah masyarakat dimana setiap orang dapat menciptakan nilai kapan saja yang harmoni dengan alam dan bebas dari kendala yang ada



# E-Commerce Terlaris di Indonesia 2022

## E-COMMERCE TOP OF MIND AWARENESS

In terms of Top of Mind Awareness, Shopee has the highest number (54%), followed by Tokopedia and Lazada.



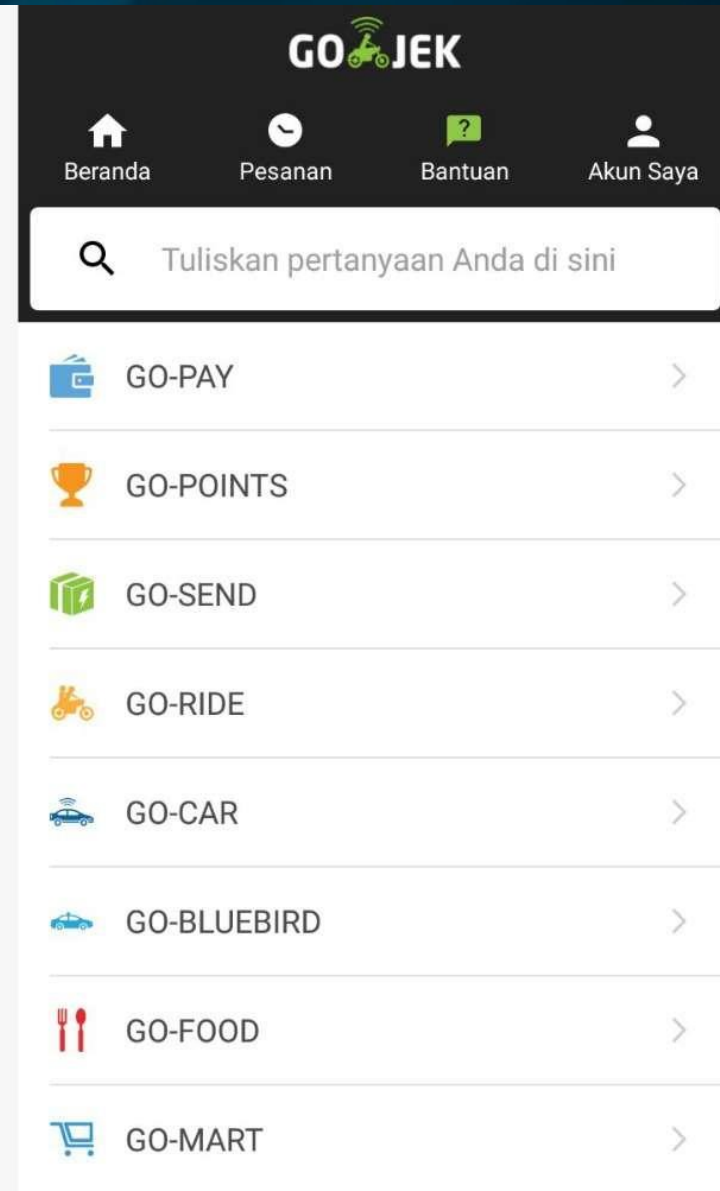
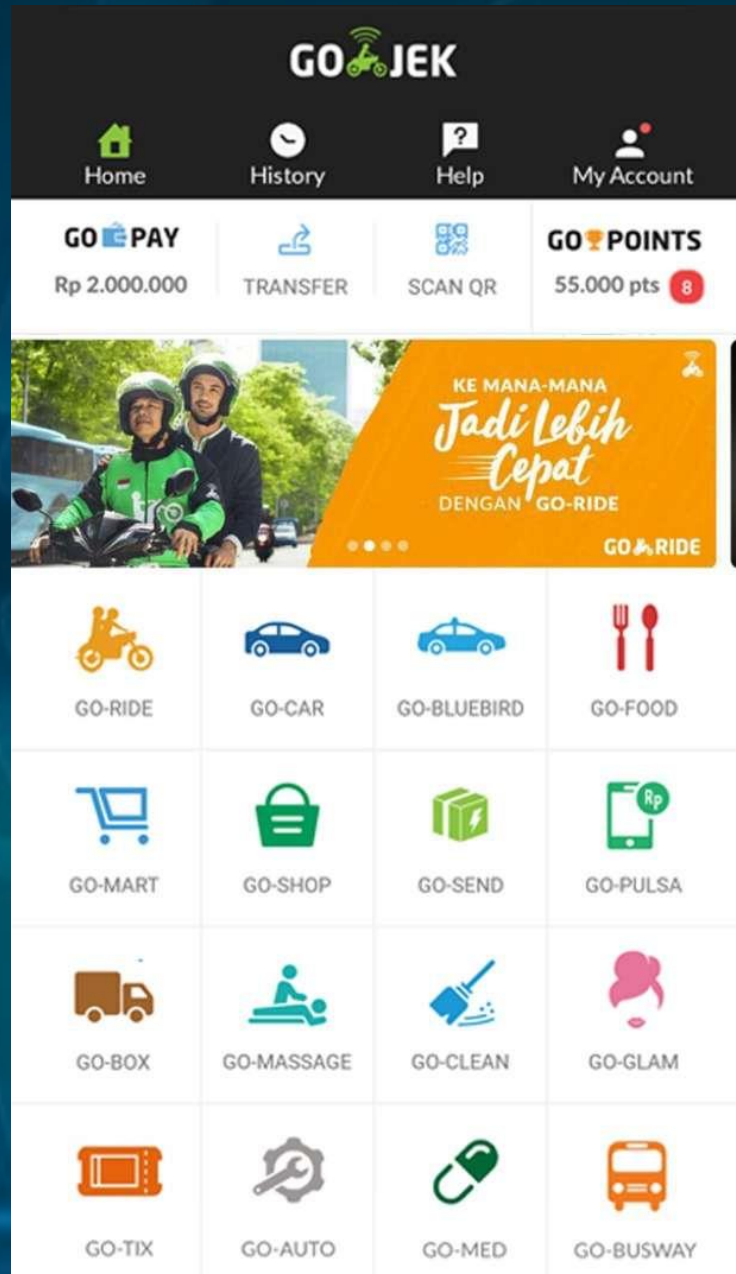
Sumber: [pikiran-rakyat.com](http://pikiran-rakyat.com)



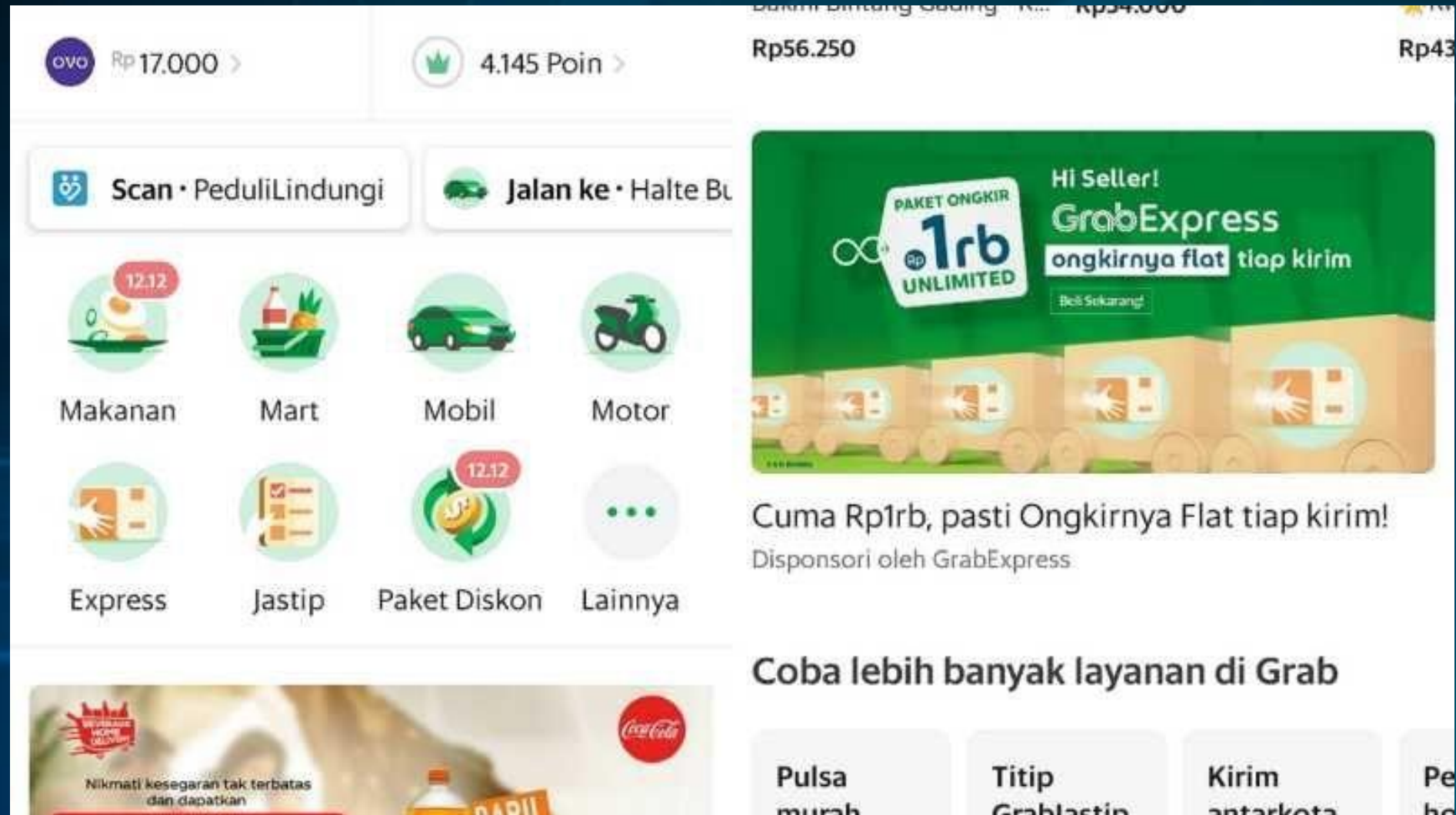
# Layanan Gojek



Sumber: [pikiran-rakyat.com](http://pikiran-rakyat.com)



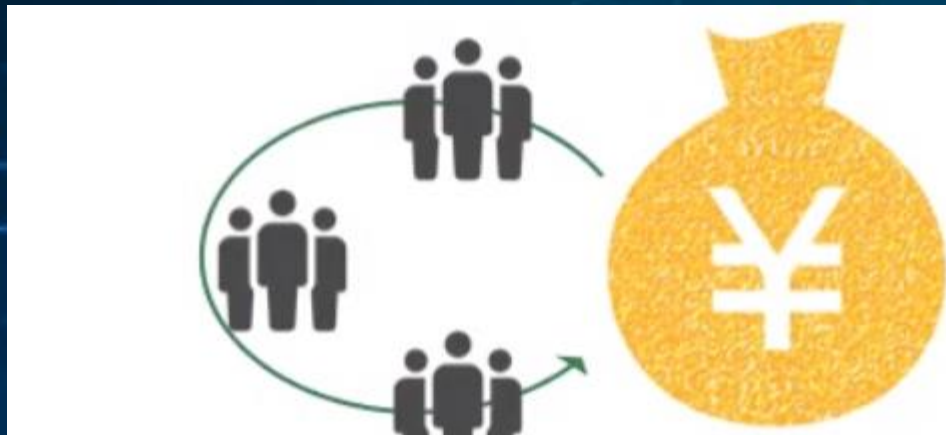
# Layanan Grab



Sumber: <https://www.laros.id>

# Layanan Sistem Pembayaran

- Transformasi digital menyediakan beragam jasa keuangan
- Sistem keuangan menyediakan dana secara efisien dan efektif di masyarakat
- Akses ke layanan keuangan akan memberikan kontribusi kemandirian ekonomi dan pendapatan yang lebih besar





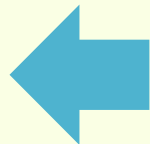
# Jasa Pengiriman Paket

- Besarnya transaksi e-commerce meningkatkan beragam jasa pengiriman paket
- Sistem tracking untuk memantau status pengiriman barang



# Pengecekan Pembayaran Jualan Online

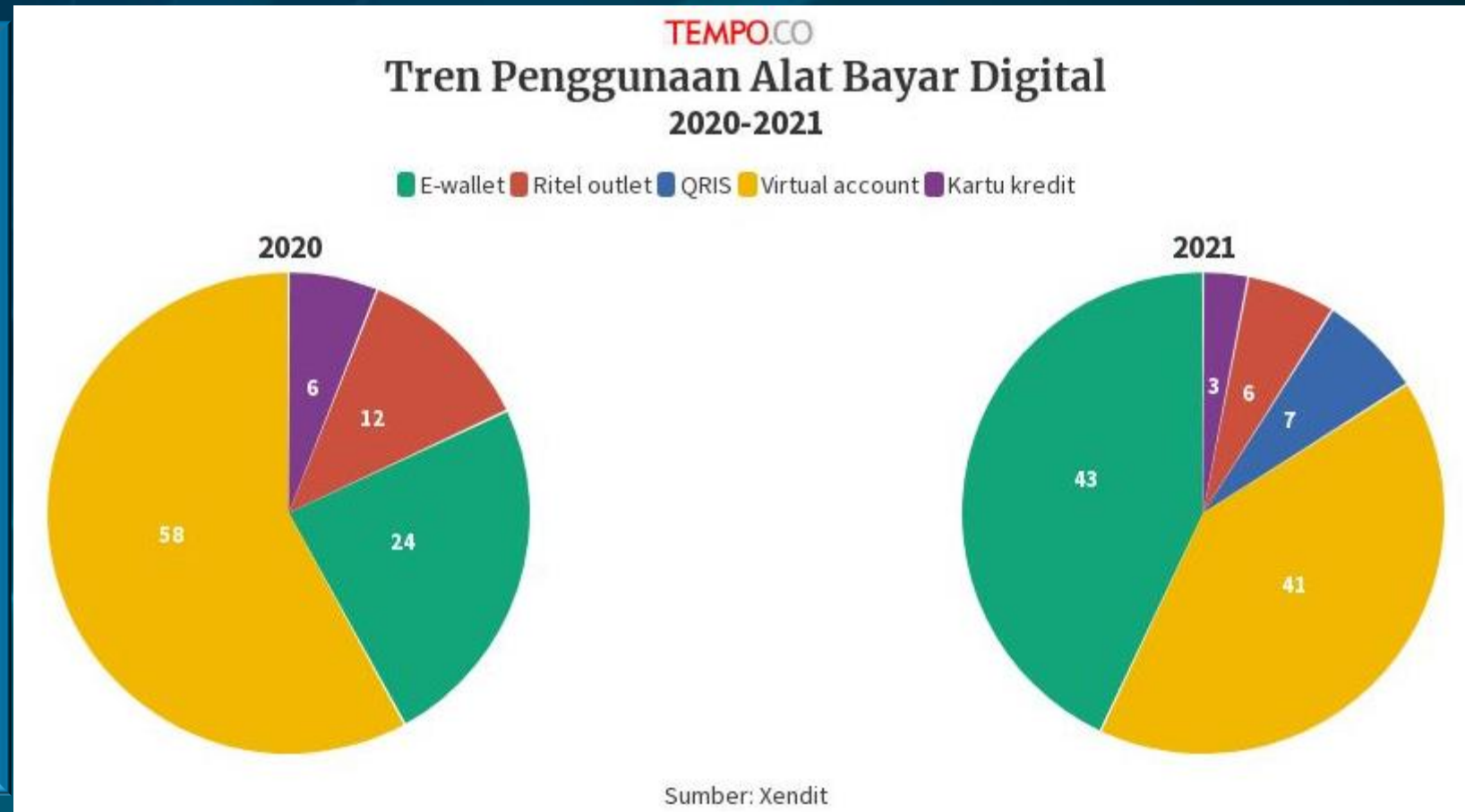
- Penjualan online yang menerima dengan beberapa rekening misalnya: BCA, Mandiri, BNI, BRI



Bagaimana cara cek pembayaran yang sudah masuk rekening?

# Tren Penggunaan alat Bayar

- Virtual account mendominasi pada tahun 2020 tetapi menurun pada tahun 2021
- E-wallet mengalami peningkatan dari tahun 2020 pada tahun 2021
- Qris sudah mulai digunakan pada tahun 2021
- Ritel dan kartu kredit mengalami penurunan di tahun 2021





# Strategi Bisnis Go Digital

Jika bisnis kita ingin mudah ditemukan di internet



## DIGITAL PRESENCE

Menghadirkan bisnis pada pencarian internet



Jika bisnis kita ingin mudah ditemukan di social media dan mudah bertransaksi



## DIGITAL ONBOARDING

Jualan online di platform e-commerce yang tepat

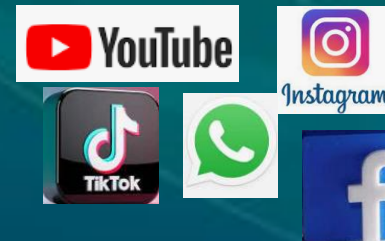


Jika bisnis kita ingin makin dikenal luas oleh pengguna internet di banyak channel



## DIGITAL MARKETING

Pemasaran digital dan multichannel di pasar local atau Nasional



Jika bisnis kita ingin makin efisien dan produktif serta terkontrol dalam peningkatan bisnis



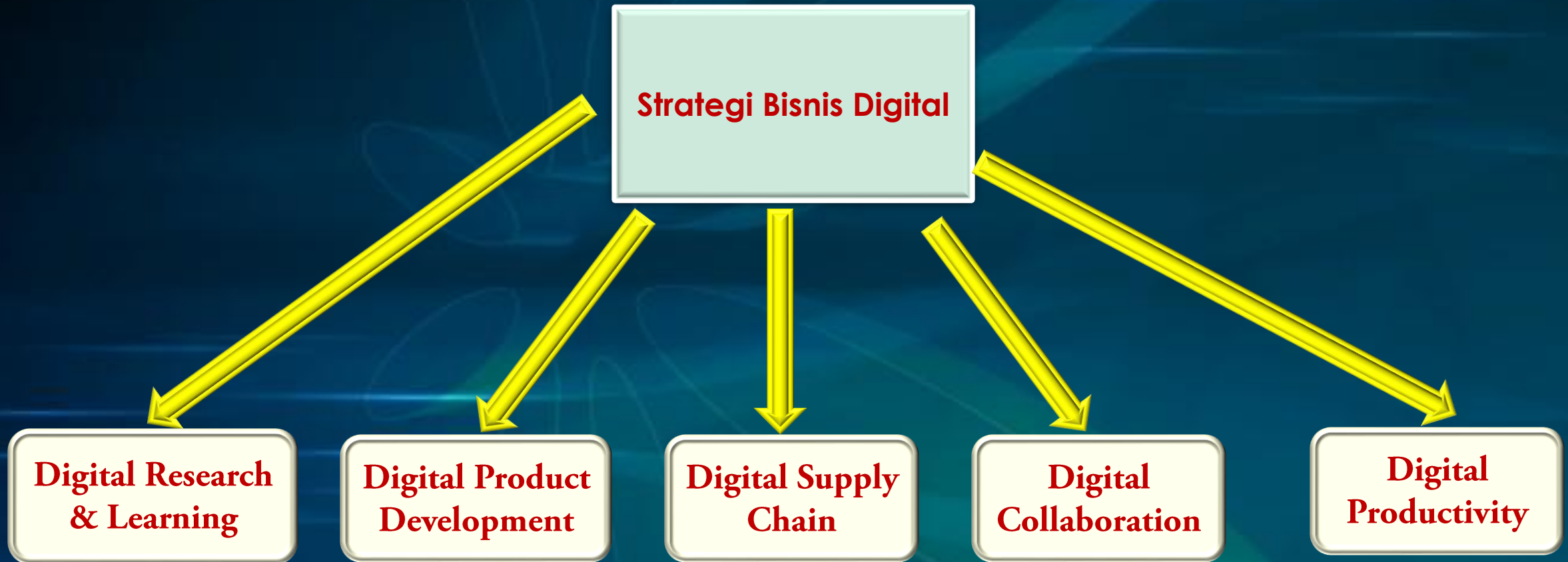
## DIGITAL OPERATION

Adopsi aplikasi digital untuk operasional dan peningkatan bisnis



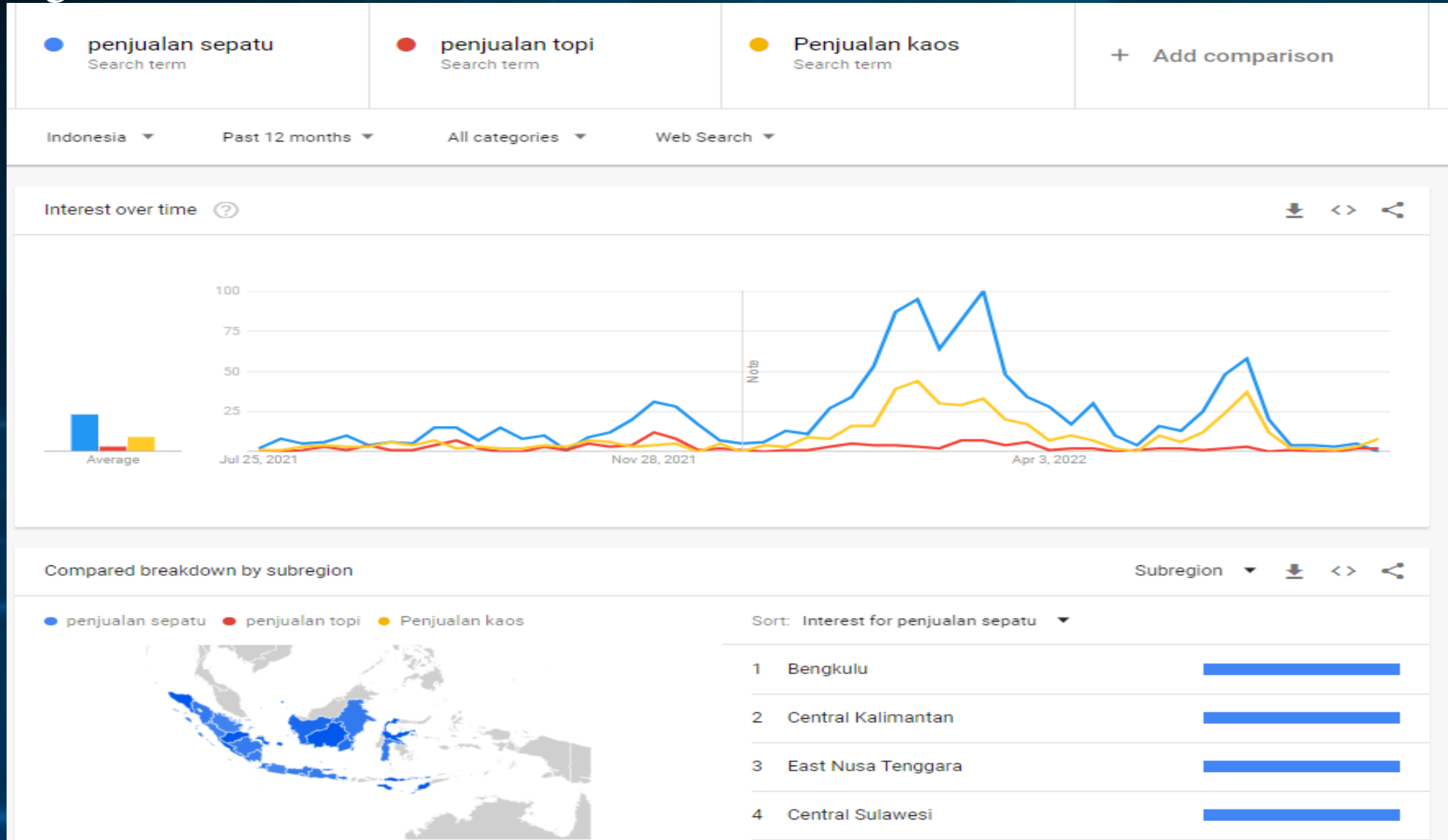
Untuk mencapai tujuan tersebut maka bisnis kita harus go to digital

# Strategi Bisnis Digital Kedepan



# Contoh Pemanfaatan Data Digital

- Trends.google.com





# Marketing

## Apa Itu Marketing?

Suatu kegiatan atau inisiatif untuk membawa/mempromosikan produk ke pasar yang meliputi penciptaan strategi yang efektif mulai dari memperkenalkan produk sampai membuat pelanggan terbiasa menggunakan produk kami dengan mengoptimalkan potensi ruang pertumbuhan

## Mengapa Marketing Sangat Penting?

Pemasaran berkontribusi pada bisnis dalam aspek:

- Sebagai garis depan untuk menghubungkan merek dengan pelanggan
- Mempertahankan kehadiran dan reputasi merek untuk jangka Panjang
- Libatkan pengguna untuk membentuk hubungan dengan merek
- Sebagai strategi penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis

# Marketing

## Tujuan Marketing

- Kesadaran Merek
- Pangsa Pasar
- Pelanggan Baru
- Pertahankan Pelanggan
- Lalu Lintas/Kunjungan
- Konversi
- Nilai Seumur Hidup Pelanggan
- Penjualan/Pendapatan

## Apa yang Pemasar lakukan?

Pemasar bertanggung jawab untuk mengelola positioning produk untuk bersaing di pasar dan mengembangkan strategi yang diperlukan agar produk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

# Marketing

## Mendalami Peran Marketing

### Lakukan Riset

- Mengetahui tujuan bisnis Anda
- Memahami persaingan pasar
- Mengetahui calon pelanggan
- Mengukur kemampuan

### Kembangkan Strategi

- Menetapkan target
- Membuat program
- Pendekatan komunikasi

### Jalankan Rencana

- Menyelaraskan dengan pemangku kepentingan masing-masing
- Memastikan rencana peluncuran berjalan lancar

### Monitor & Review

- Review proses implementasi dan hasilnya
- Menyusun item yang dapat ditindaklanjuti berikutnya



# Digital Marketing

## Kedekatan Dengan Pengguna

- Berorientasi Pasar
- Fokus dalam menciptakan permintaan baru
- Bertujuan untuk memaksimalkan pangsa pasar
- Fokus strategi pada komunikasi

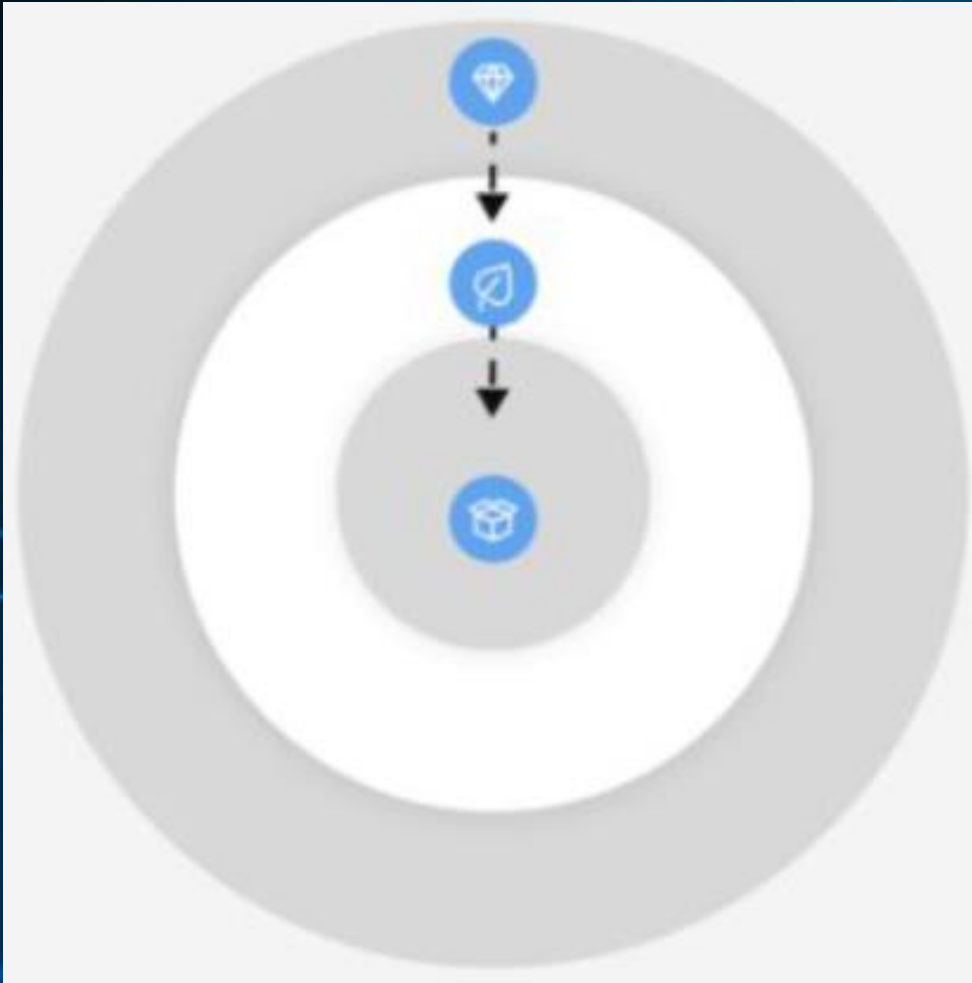


## Sales

- Berorientasi Konversi
- Fokus dalam memenuhi permintaan
- Bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan
- Fokus strategi pada distribusi

# Pengembangan Digital Marketing

## Kedekatan Dengan Pengguna



### **Brand Marketing**

Menarik orang yang kurang akrab dengan produk

### **Growth Marketing**

Fokus pada target pelanggan tetap dan menjaganya

### **Produk Marketing**

Meyakinkan bahwa pelanggan mengerti produk kita

# Komunikasi Pada Marketing

Komunikasi Marketing adalah elemen yang digunakan pemasaran untuk berhubungan dengan konsumen dimana dengan cara:

- Menghubungkan merek dengan target
- Secara persuasive untuk membujuk target
- Menjaga hubungan dengan pelanggan

## Strategi Komunikasi Marketing

### Segmentation

Identifikasi kelompok pelanggan: Demografis, Psikografis, Geografis

### Targeting

Tentukan target kelompok spesifik yang dituju

### Positioning

Tetapkan keunggulan kompetitif merek/produk

# Komunikasi Pada Marketing

## Strategi Komunikasi Marketing Efektif

- Memahami segmen pasar
- Konsisten dan ringkas
- Sesuaikan nada suara dan gaya pesan dengan audiens target
- Pilih saluran terbaik untuk menjangkau pelanggan

## Komunikasi Marketing Mix

Offline Channel	Digital Channel	Direct Channel
OOH (Out of home)	Aplikasi marketing	Event
Media masa	Media sosial	Telemarketing
Media cetak	SEO/SEM	Tim Promosi
Toko	TV Comercial	Konferensi pers



# Pengembangan Strategi Marketing

Dalam pembuatan strategi pemasaran, Pemasar perlu meramalkan potensi ruang pertumbuhan di pasar. Ini dapat didefinisikan dengan

- SWOT Analysis
- Competitor Analysis
- 4P & 4C
- Strategi ke pasar sebagai pelopor







## SWOT ANALYSIS

	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	Menghasilkan strategi dengan mengoptimalkan kemampuan bisnis dalam peluang	Hasilkan strategi dengan mengambil peluang keuntungan untuk mengatasi keterbatasan
Ancaman	Menghasilkan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari risiko eksternal	Ciptakan strategi dengan meminimalkan keterbatasan dan menghindari potensi

# Pengembangan Strategi Marketing

## Competitor Analysis

Menilai persaingan pasar dengan membandingkan dan menganalisis beberapa aspek bisnis utama termasuk: Fitur produk, Pangsa pasar, Harga, Saluran dan upaya pemasaran, Pembeda

						
User experience on the website	10.6%	15.8%	13.8%	11.3%	12.7%	12.9%
Time taken to deliver item	27.7%	19.9%	30.8%	25.6%	22.4%	21.7%
Payment process	4.3%	4.8%	6.2%	2.7%	4.6%	3.8%
Product selection	14.9%	13.0%	12.3%	9.8%	12.7%	13.1%
Product quality	4.3%	10.3%	7.7%	14.7%	13.4%	11.3%
Return policy	8.5%	15.1%	10.8%	16.7%	17.6%	16.3%
Customer service	6.4%	14.4%	3.1%	9.3%	11.0%	12.6%
Price of item	23.4%	6.8%	15.4%	10.0%	5.6%	8.4%

# Pengembangan Strategi Marketing

## 4 P & 4 C

Aspek Utama	4P	Aksi	4C
Kebutuhan Apa	<b>PRODUCT</b>	Provides	<b>CONSUMER SOLUTION</b>
Biaya untuk Memenuhi	<b>PRICE</b>	Representasi	CONSUMER <b>COST</b>
Titik Membeli	<b>PLACE</b>	Layanan	<b>CONVENIENT SPACE</b>
Informasi	<b>PROMOTION</b>	Layanan	Komunikasi

# Pengembangan Strategi Marketing

## Strategi ke pasar sebagai pelopor

### Tentukan target pasar

Apa yang kita coba capai?

Apakah itu bisa dicapai?

### Identifikasi Daya Tarik Pasar

Apa pasar potensialnya?

Apa saja hal-hal yang bisa menarik mereka?

### Tentukan Aktivitas Pemasaran

Program atau penawaran apa yang bisa menarik target?

Bagaimana skema kampanyenya?

### Identifikasi Saluran

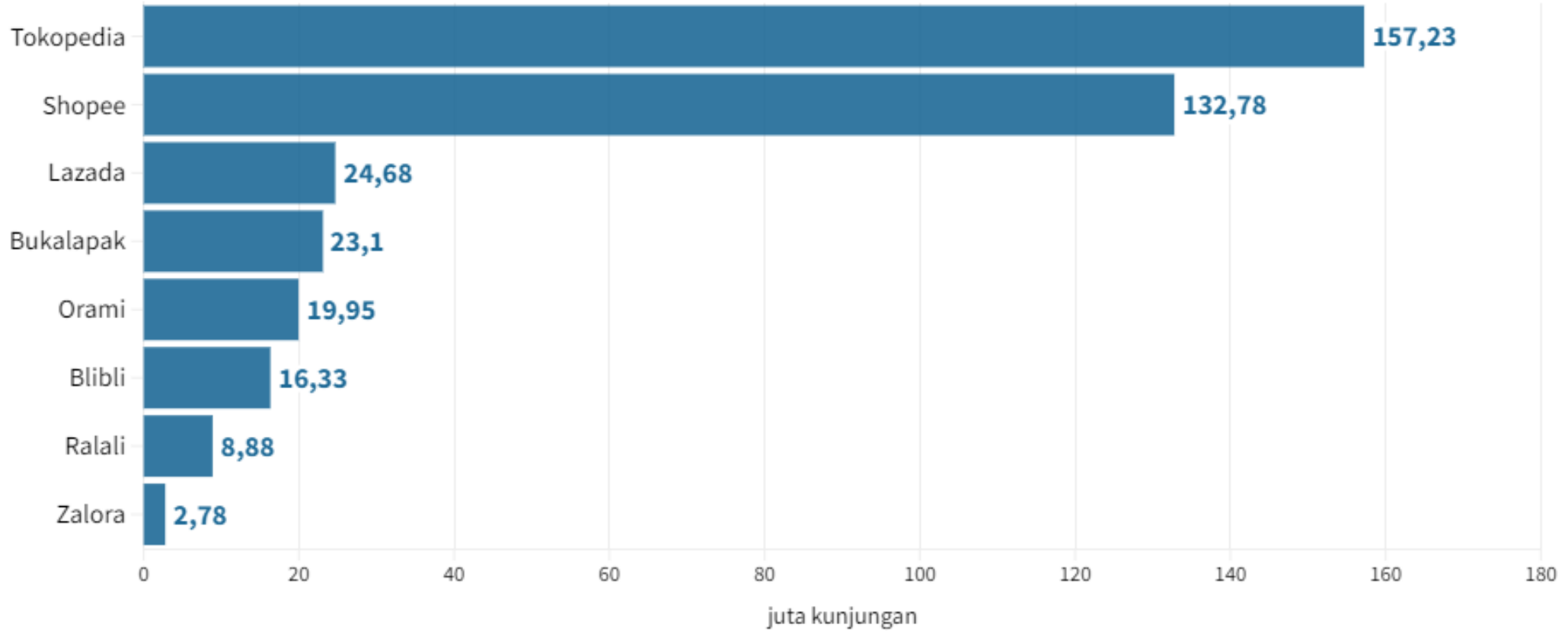
Komunikasi mana yang akan bekerja paling baik?

Bagaimana kita berkomunikasi?



# Marketplace (Pasar Online)

Data Pengunjung Website E-Commerce Bulanan Terbanyak  
(Kuartal I/2022)



Sumber: iPrice

# Marketplace (Pasar Online)

## Marketplace mobile



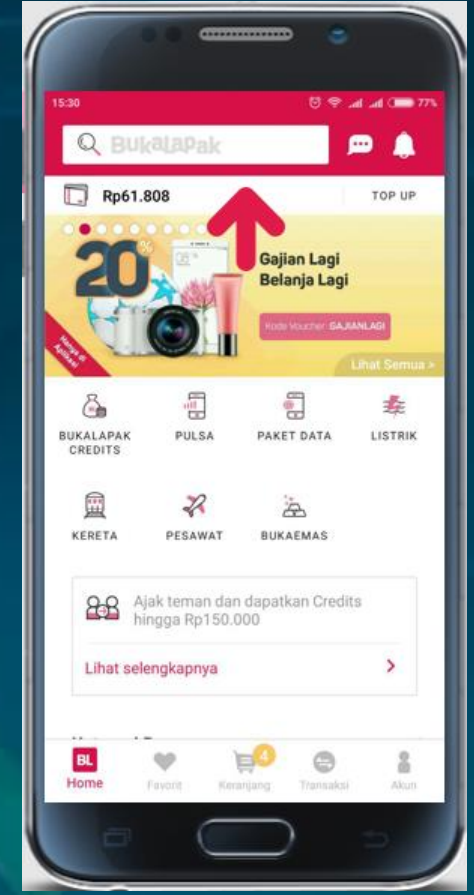
Tokopedia



Shopee



Lazada



Bukalapak

# Financial Technology

Edi Komara

# Berapakah jumlah bank di Indonesia?

A. 54 bank

B. 549 bank

C. 1.549  
bank

D. 15.493  
bank

- 1.549 bank per November 2022, terdiri dari
  - 107 bank umum (termasuk 13 Bank Syariah)
  - 1.442 BPR





# Berapakah jumlah Fintech Lending di Indonesia?

A. 10

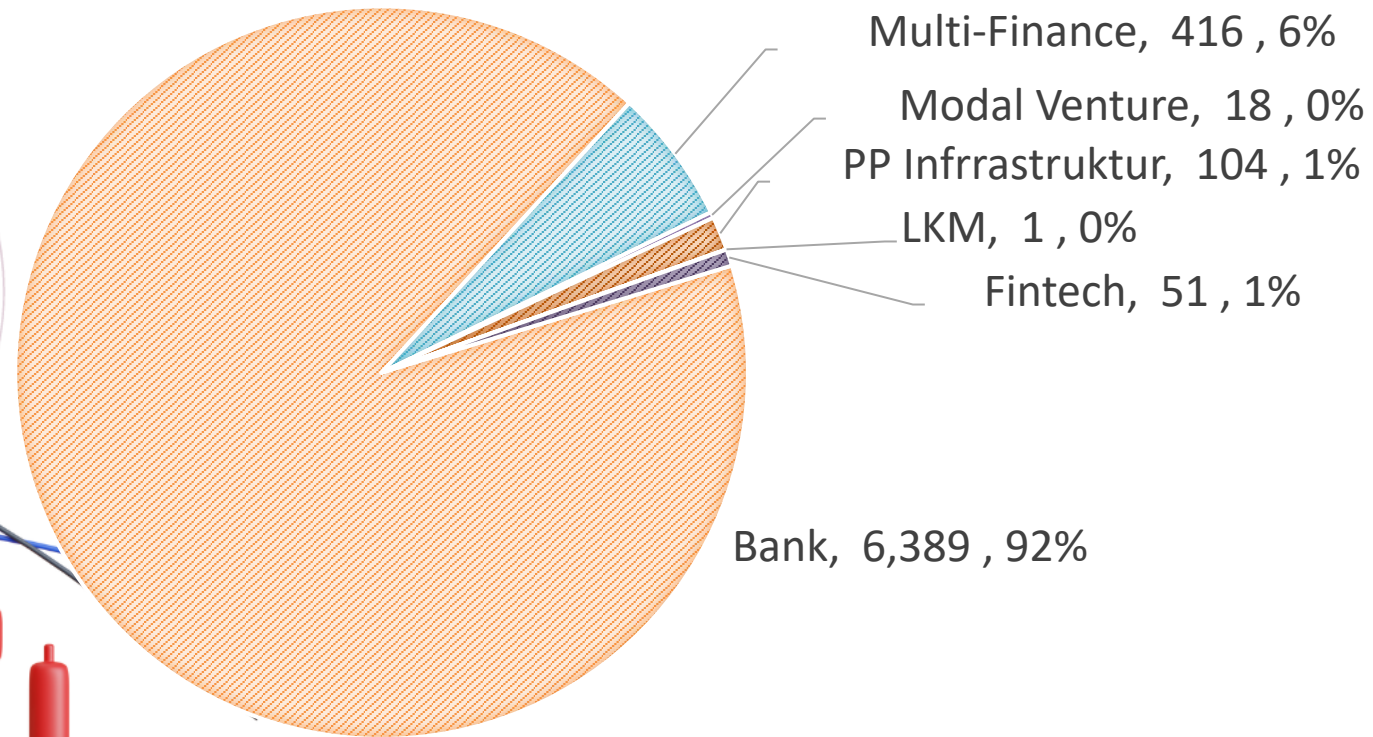
B. 102

C. 1,025

D. 3,025

- 102 Fintech Lending per Desember 2022, terdiri dari
  - 95 penyelenggara konvensional
  - 7 penyelenggara syariah
- OJK telah menghentikan penerbitan izin untuk *fintech lending* sejak Februari 2020.

# Sebagian besar pinjaman masih diberikan oleh Bank



(Kategori, pinjaman dalam triliun, % terhadap keseluruhan)



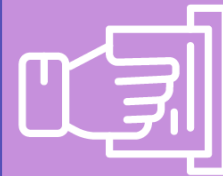
# Lanskap Fintech Pendanaan: Fokus pada *unbanked MSME* dan individu

## Potensi pasar yang sangat luas

- 186 Juta Individu produktif (usia >15 tahun)
- 132 Juta individu yang belum memiliki akses kepada kredit
- 46,6 Juta UMKM yang belum memiliki akses kepada kredit



999 ribu *Lender*  
(148 ribu *outstanding*)



100 juta *borrower*  
(20 juta *outstanding*)

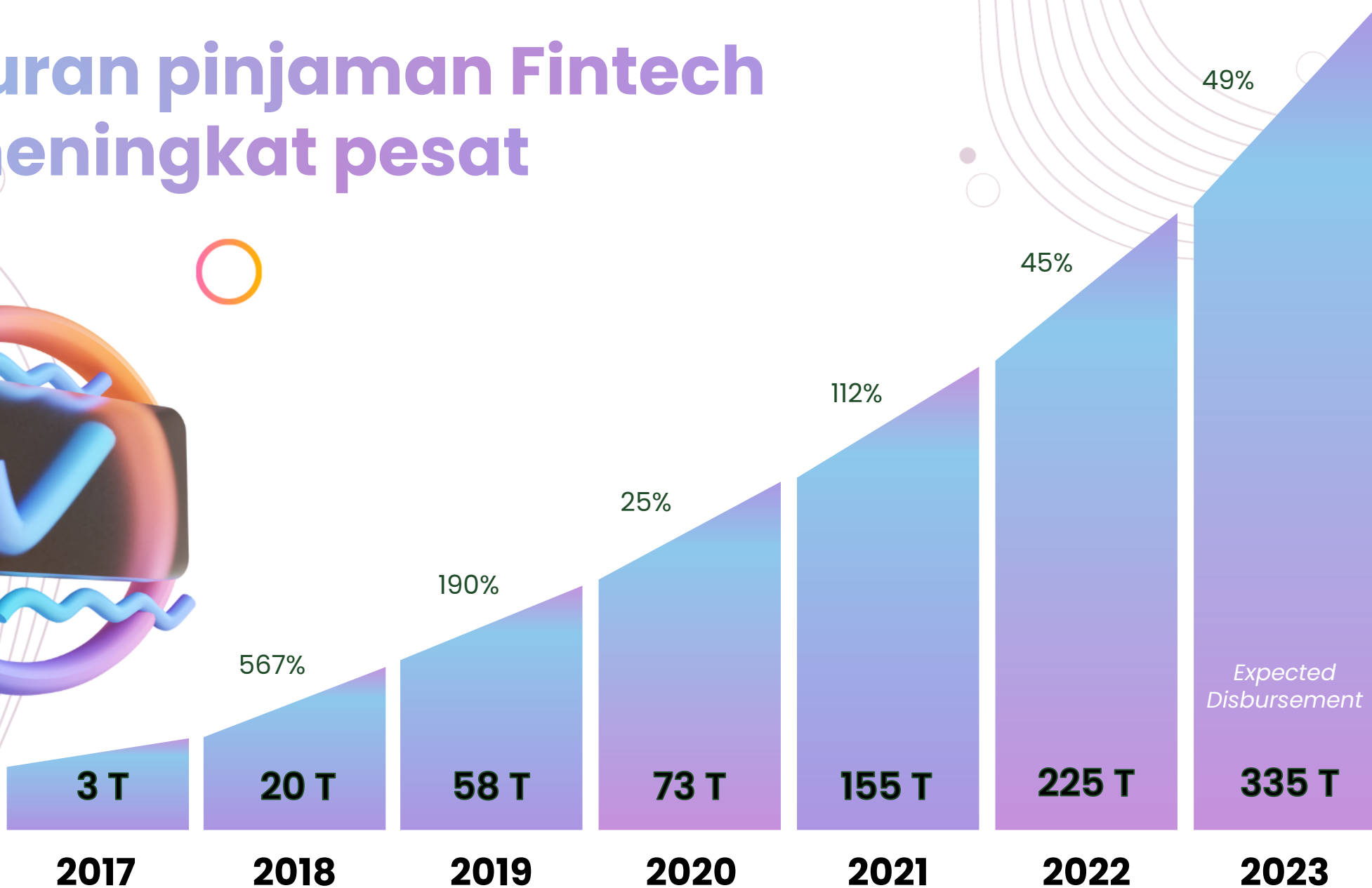


Rp 528 T  
*Agregat Pinjaman*  
*yang Telah Disalurkan*  
(51 T *outstanding*)



102  
Perusahaan  
*Telah Berizin di*  
*OJK*

# Penyaluran pinjaman Fintech terus meningkat pesat





# Bukan berarti Fintech Pendanaan tidak memiliki tantangan...



## Konsentrasi *Lender*

Sementara jumlah lender perorangan dalam negeri mencapai 99,3%, mereka hanya berkontribusi terhadap 15% pemberian pinjaman. 83% dana pinjaman diberikan oleh institusi, termasuk 41% oleh institusi perbankan



## Kualitas pinjaman

Per Feb 2023, 6 dari 112 Fintech Pembiayaan mencatatkan TKB90 sebesar 75% atau kurang (2 Fintech bahkan di bawah 50%),



## Kondisi Keuangan

Per Jan'23, 53 dari 102 Fintech Lending mengalami kerugian. Hingga Jan'23, 44 Fintech memiliki modal kurang dari Rp 12,5 miliar (termasuk 19 Fintech memiliki modal kurang dari Rp 2,5 miliar)



## Pinjol Ilegal

Keberadaan pinjol ilegal dengan berbagai praktek yang kurang etis dapat membahayakan kepercayaan masyarakat pada fintech. Dalam kurun Jan '19 hingga Sep '22, terdapat 2,856 pinjol ilegal yang dihentikan kegiatannya oleh SWI

# FAKTOR MELAKUKAN PINJOL ?



GAYA HIDUP



KEBUTUHAN  
DARURAT



COBA-COBA



GENGSI



FAKTOR EKONOMI



KEMUDAHAN



# Tidak sedikit orang yang terkendala pinjol



## Cerita Ratusan Mahasiswa IPB Terjerat Pinjol Rp 650 Juta

TECH - Novina Putri Beclari, CNBC Indonesia  
21 Desember 2022 08:41



THE PALACE x *Jalan yang jauh jangan Lupa Pulang* di bioskop **2 Februari, 2023** EXPAND

Foto: Infografis/ Pinjol Ilegal/ Edward Ricardo Siantun

Jakarta, CNBC Indonesia - Belum lama ini, terdapat modus investasi yang menjerat ratusan mahasiswa di Bogor. Ratusan mahasiswa IPB tertipu hingga terjerat utang pinjol ratusan juta rupiah.



## Polisi: Mahasiswa IPB yang Jadi Korban Pinjol Sudah Ada 331 Orang

Kamis, 17 November 2022 / 06:40 WIB



Car Rental in Costa de la Luz - Best Prices o... LEARN MORE  
SPONSORED BY WWW.RENTALCARS.COM/SPAIN/COSTA-DE-LA-LUZ



Reporter: Adrianus Octaviano | Editor: Yudho Winarto

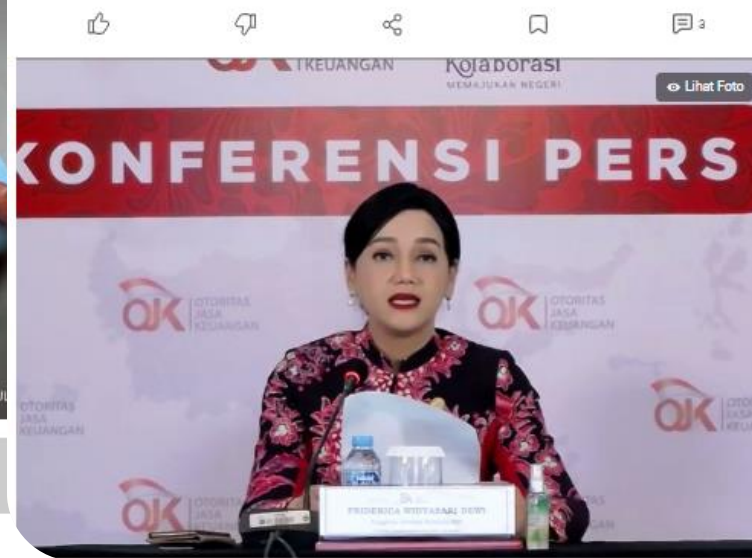
KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Kabar mengenai pinjaman online (pinjol) yang menjerat korban yang mayoritas mahasiswa IPB telah ramai dibicarakan beberapa hari ini. Polisi menyebut korban yang sudah terdapat ada 331 orang.

Kompas.com / Money / Whats New

Ratusan Mahasiswa IPB terjerat pinjol

## Mahasiswa IPB Jadi Korban Penipuan, OJK Lobi Pinjol Beri Keringanan Pembayaran

Kompas.com - 23/11/2022, 08:49 WIB



1 Wamen BUMN: BRI dan BNI Bakal Keluar dari...  
Wamen BUMN: BRI dan BNI Bakal Keluar dari...  
Wamen BUMN: BRI dan BNI Bakal Keluar dari...



Harga Mobil Bekas di Jakarta Bisa Mengejutkan Anda!



Warga Jakarta Yang Sakit Lutut dan Pinggul Wajib Membaca Ini!



Jakarta: Perabotan yang tidak Terjual Dijual dengan Harga Murah

Advertisement by maid



# Ok nggak sih untuk memanfaatkan pinjol?

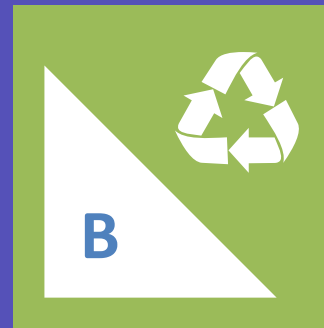
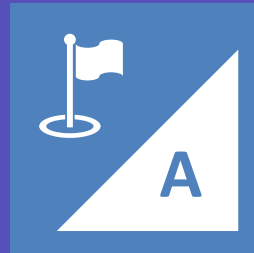


## Tentukan tujuan pinjaman

- Penting?
- Urgent?

## Perhatikan bunga, biaya admin, denda, tenor dan skema

- Perhatikan seluruh biaya
- Sesuaikan jangka waktu dan skema



## Pertimbangkan sumber pembayaran

- Sesuaikan pinjaman dengan kebutuhan
- < 30% penghasilan
- Ingat risiko galbay

## Pastikan legalitas fintech

- Waspada penipuan
- Risiko pinjol ilegal



# Mengapa Pinjol Ilegal Marak?



## Financing Gap

Kebutuhan pendanaan tidak terpenuhi oleh LK formal/ fintech legal:

- Segmen peminjam
- Lokasi geografis
- Jangkauan edukasi

**ILLEGAL**

## Desakan kebutuhan

- Adanya kebutuhan pendanaan sementara kondisi belum *feasible*
- Gali lubang, tutup lubang

## Rendahnya pemahaman

- Ketidapkahaman akan:
  - perbedaan fintech legal/ ilegal
  - bahaya fintech ilegal
- Ketidakpedulian untuk memeriksa legalitas dan alternatif
- Mudah tergiur pinjaman yang mudah dan bernilai besar
- Kesengajaan untuk tidak membayar

## Kemudahan membuat aplikasi/ situs/

Bahkan setelah diblokir dapat dibuat lagi dengan cepat



# CIRI-CIRI PINJOL ILEGAL



Bunga dan jangka waktu pinjaman tidak jelas

Alamat peminjaman tidak jelas dan sering berganti nama

Penyebaran data pribadi peminjam

Link unduh via SMS untuk penawaran aplikasi

Tata cara penagihan kasar dan tidak beretika

Tidak terdaftar di OJK

Pinjol ilegal tidak terhubung pada [www.afpi.or.id](http://www.afpi.or.id)



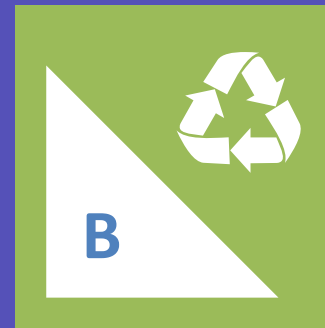
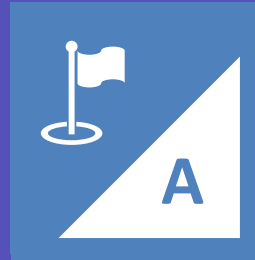
Pinjol Ilegal

# Pinjaman instant bukan keputusan instant!



## Tentukan tujuan pinjaman

- Penting?
- Urgent?



## Perhatikan bunga, biaya admin, denda, tenor dan skema

- Perhatikan seluruh biaya
- Sesuaikan jangka waktu dan skema

## Pertimbangkan sumber pembayaran

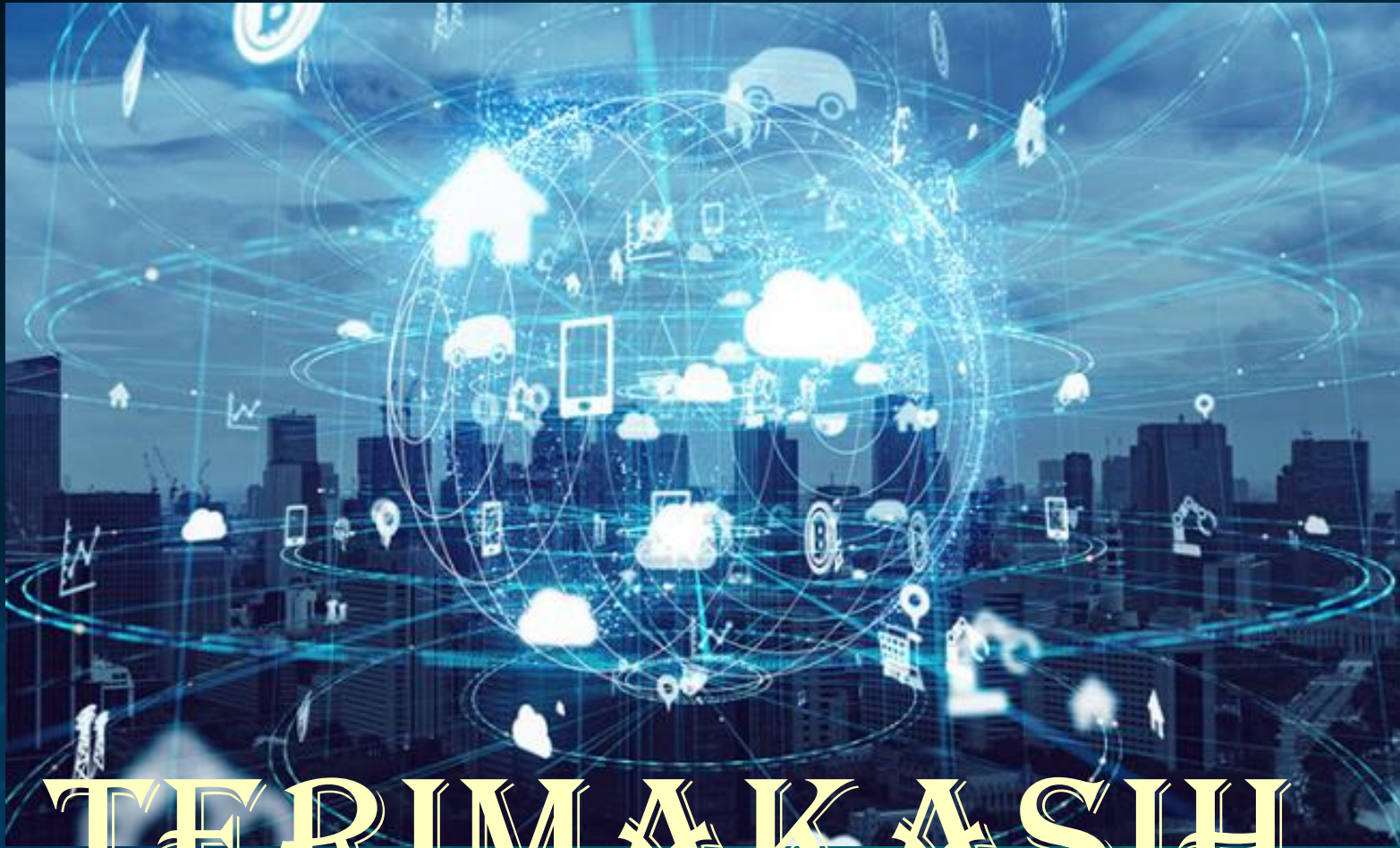
- Sesuaikan pinjaman dengan kebutuhan
- < 30% penghasilan
- Ingat risiko galbay

## Pastikan legalitas fintech

- Waspada penipuan
- Risiko pinjol ilegal







**TERIMAKASIH**