

MEMBERIKAN LAYANAN KEUANGAN LAST-MILE

Fokus pada Badan Usaha Milik Perempuan di Indonesia

24 Juni 2021



Survei UMKM Milik Perempuan Sulawesi Utara & Sumatera Selatan, Indonesia

Juni 2021

*Innovations for Poverty Action
Millennium Challenge Corporation*





ipa
INNOVATIONS FOR
POVERTY ACTION

1

Kami
menemukan
pengetahuan
baru.

2

Kami mengubah
pengetahuan
tersebut menjadi
tindakan.



Tujuan Proyek IPA

- (1) Mengumpulkan **data dari sisi permintaan dan sisi penawaran terkait usaha milik perempuan yang berorientasi pada pertumbuhan** untuk tujuan memajukan tujuan pembangunan MCC.
- (2) Untuk mengumpulkan data dari sisi permintaan mengenai **tantangan yang dihadapi oleh pengusaha perempuan dalam mengakses keuangan** sebagai individu dan sebagai pemilik usaha.

Untuk mencapai tujuan ini, IPA akan bermitra dengan penyedia jasa keuangan (FSP) lokal dan menggunakan analisis data survei untuk :

- a) **mengidentifikasi hambatan** yang dihadapi oleh usaha milik perempuan dalam mengakses keuangan dan
- b) **mengembangkan solusi yang teruji** untuk mengatasi hambatan tersebut.

Hasil: agenda pembelajaran yang dibuat bersama dengan FSP. 

Wawancara 25 Pemangku Kepentingan

Januari – Maret 2021

Instansi
Pemerintah
(6)

FSP (6)

LSM (13)

Pemangku Kepentingan	Tipe organisasi	Fokus
ADB	Instansi Pemerintah	Nasional
AFTech	Instansi Pemerintah	Nasional
Agrodite	LSM	Regional
Amartha	FSP	Regional
Bappenas	Instansi Pemerintah	Nasional
BMGF	LSM	Internasional
BTCA	LSM	Internasional
CGAP	LSM	Internasional
FactFin	FSP	Nasional
Go-Pay, Gojek dan Mapon	FSP	Nasional
GSMA	LSM	Internasional
JPAL	LSM	Internasional
Kopernik	LSM	Regional
MicroSave (sekarang MSC)	LSM	Internasional
Ministry of Coops	Instansi Pemerintah	Nasional
MOWECP	Instansi Pemerintah	Nasional
NYU/FAI	LSM	Internasional
OVO	FSP	Nasional
SNKI	Instansi Pemerintah	Nasional
UN (BTCA)	LSM	Internasional
Women's World Banking	LSM	Internasional
World Bank (CGAP, IFC)	LSM	Internasional



Tema yang berkembang: Tantangan Pemangku Kepentingan

Perempuan tidak diidentifikasi sebagai segmen dengan **kebutuhan atau tantangan tertentu**

Tantangan: UMKM milik perempuan dianggap memiliki literasi digital dan keuangan yang lebih rendah; kurang tersedianya agunan dibandingkan untuk milik pria, fokus biasanya pada hambatan sosial dan memenuhi persyaratan minimum pemerintah

Ekspansi digital yang lambat di daerah pedesaan (untuk smartphone, transaksi keuangan, dan kredit)

Tantangan: Konektivitas rendah; jumlah populasi yang lebih rendah dan persepsi bahwa diperlukan keterlibatan pelanggan atau pelatihan tambahan

Fokus pada produk keuangan untuk **UMKM membangkitkan perusahaan berukuran mikro dengan fokus sebagai mata pencaharian.**

Tantangan: UMKM milik perempuan tidak dianggap berorientasi pada pertumbuhan, membutuhkan lebih banyak data dan analisis terpilah berdasarkan gender.



Tujuan Penelitian Survei

Survei usaha kecil milik perempuan yang berorientasi pada pertumbuhan di Sulawesi Utara dan Sumatera Selatan.

Survei ini bermaksud untuk:

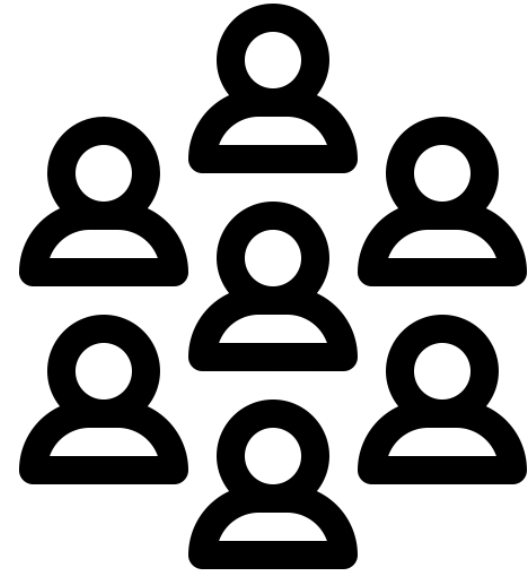
- Memahami profil dari setiap bisnis, motivasi dan tantangan untuk menjadi sebuah bisnis yang sukses dan keputusan untuk mendaftarkan bisnis tersebut secara resmi, dan
- Fokus pada pemahaman penggunaan produk dan layanan keuangan yang ada, literasi digital dan literasi keuangan digital serta permintaan akan jenis produk dan layanan keuangan.



Metodologi

Sampel Survei

- **Survei telepon** terhadap 500 pemilik bisnis
- Dilaksanakan pada **April – Mei 2021**
- Kerangka sampel terutama berasal dari Sensus Ekonomi 2016. Kemungkinan besar perusahaan yang **lebih tua** dan **mengecualikan perusahaan pertanian**
- Perusahaan **kecil** dan **menengah** dengan sampel berlebih



Sampel Survei: Potensi Pertumbuhan

Kami berusaha mengukur pengalaman dan kebutuhan perusahaan yang **berorientasi pada pertumbuhan**. Kami mencapai hal ini dengan membatasi sampel berdasarkan:

1. Geografi
2. Sektor usaha
3. Karakteristik individu



Potensi pertumbuhan: Geografi

PROVINSI

- Sampel yang terbagi rata antara Sumatera Selatan dan Sulawesi Utara
- Sumatera Selatan: 248 perusahaan
- Sulawesi Utara: 252 perusahaan

DAERAH

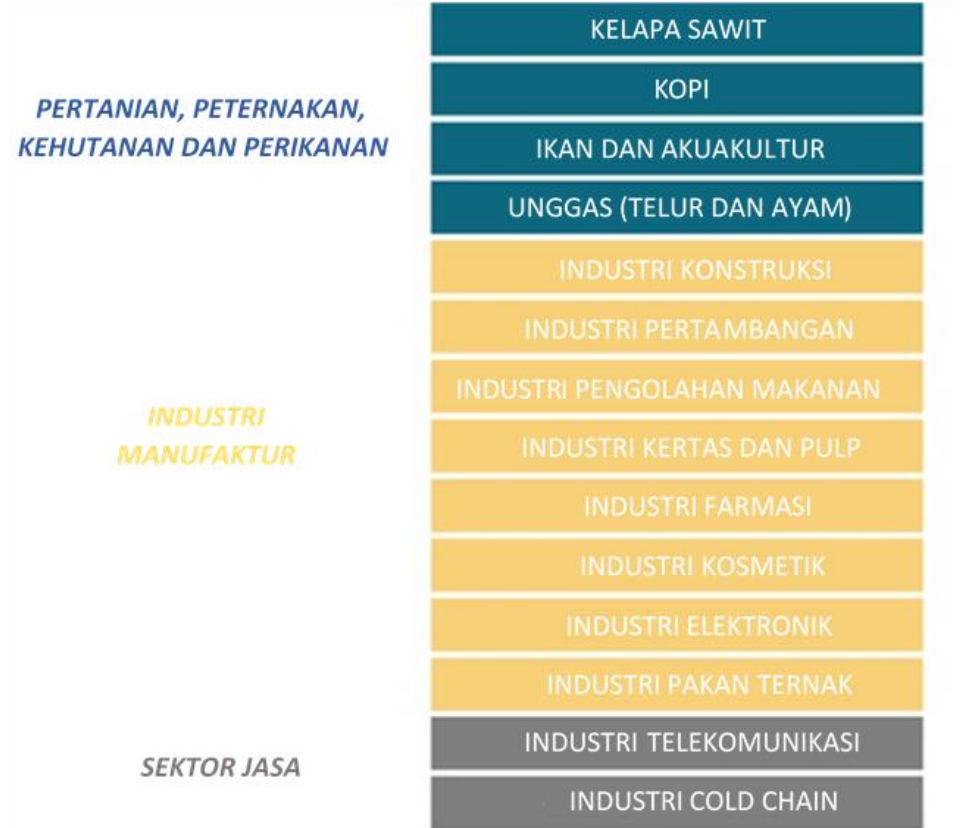
- Dibatasi untuk perkotaan, daerah "koridor pertumbuhan"¹
- Fokus perkotaan disesuaikan terutama untuk layanan keuangan digital, karena layanan ini diharapkan tumbuh di pusat kota sebelum diperluas ke daerah pedesaan



Daerah	Survey	Persen
Palembang	164	33%
Manado	116	23%
Bitung	78	16%
Tomohon	48	10%
Lubuklinggau	39	8%
Prabumulih	32	6%
Lainnya	23	5%
Total	500	100%



Potensi Pertumbuhan: Sektor Usaha



14 “Industri dengan Potensi Pertumbuhan Tinggi” yang diidentifikasi oleh Dalberg¹

Mulai dari pertanian hingga manufaktur hingga layanan.

Sektor-sektor tersebut menjangkau rantai nilai. Misalnya, sektor kopi meliputi produksi kopi, grosir, dan eceran.



Potensi Pertumbuhan: Karakteristik Individu

Karakteristik individu seperti apa dari pemilik bisnis yang memprediksi pertumbuhan perusahaan?

Striver Index dikembangkan oleh Mastercard Foundation di Meksiko¹.

Striver adalah "*orang-orang yang memiliki kendali atas nasib mereka dan menganggap bahwa mereka mampu mencapai tujuan yang signifikan.*"

Untuk dikategorikan sebagai striver, responden harus memberikan jawaban bernilai "striver" untuk setidaknya 4 dari 6 pertanyaan.

Pertanyaan	Jawaban dan persen Striver
1. Setuju/tidak setuju: Bisnis saya akan lebih baik jika saya memiliki lebih banyak pendanaan dan dukungan teknis.	Setuju (96%)
2. Setuju/tidak setuju: Bisnis saya akan lebih baik jika saya memiliki jaringan teman atau kenalan yang lebih besar untuk memberikan saran dan dukungan.	Tidak setuju / Netral (9%)
3. Setuju/tidak setuju: Saya memiliki kendali atas nasib bisnis saya.	Setuju (98%)
4. Siapa kepala rumah tangga?	Pemilik bisnis sendiri (25%)
5. Saya memutuskan untuk menekuni kegiatan bisnis ini karena sesuai dengan kepribadian dan minat saya.	Setuju (99%)
6. Bahkan jika ada kesempatan untuk memiliki pekerjaan formal, saya akan melanjutkan pekerjaan saya saat ini. Saya lebih suka kemandirian ekonomi dan menjadi bos bagi diri sendiri.	Setuju (98%)



Profil UMKM milik Perempuan*

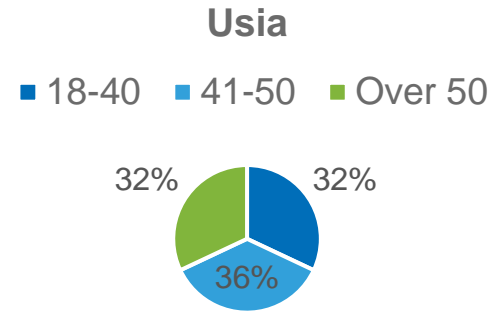
Siapakah Striver (Perempuan Pemilik UMKM)?

Striver masuk dalam kategori usia pertengahan, kebanyakan sudah menikah dan berpendidikan



Pemilik

46
Rata-rata usia



70% Islam
30% Protestan
5% Katolik
1% Budha

23% Minahasa
13% Palembang
13% Melayu
11% Jawa

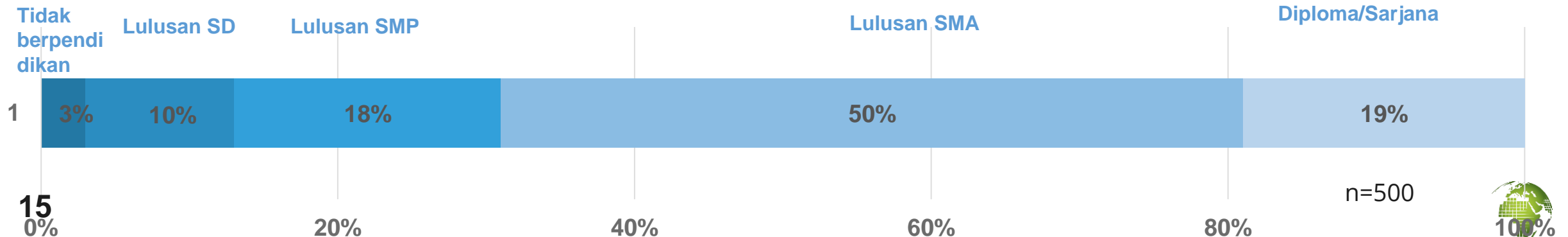
73%
Menikah

Status Perkawinan



69%

Telah menyelesaikan setidaknya pendidikan tingkat menengah atas



Perusahaan Apa yang Dioperasikan oleh para Striver?

Perusahaan telah berpengalaman dan beragam



Perusahaan

12 tahun

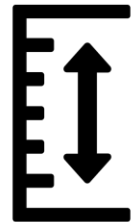
Rata-rata usia
bisnis

48%

Perusahaan telah
memperluas ruang
lingkup bisnis mereka

70%

Beroperasi di luar kediaman
pemilik



Ukuran

75% Mikro (1-4 pegawai)

22% Kecil (5-19 pegawai)

3% Menengah (20-99 pegawai)

43%

Perusahaan terdaftar
secara resmi

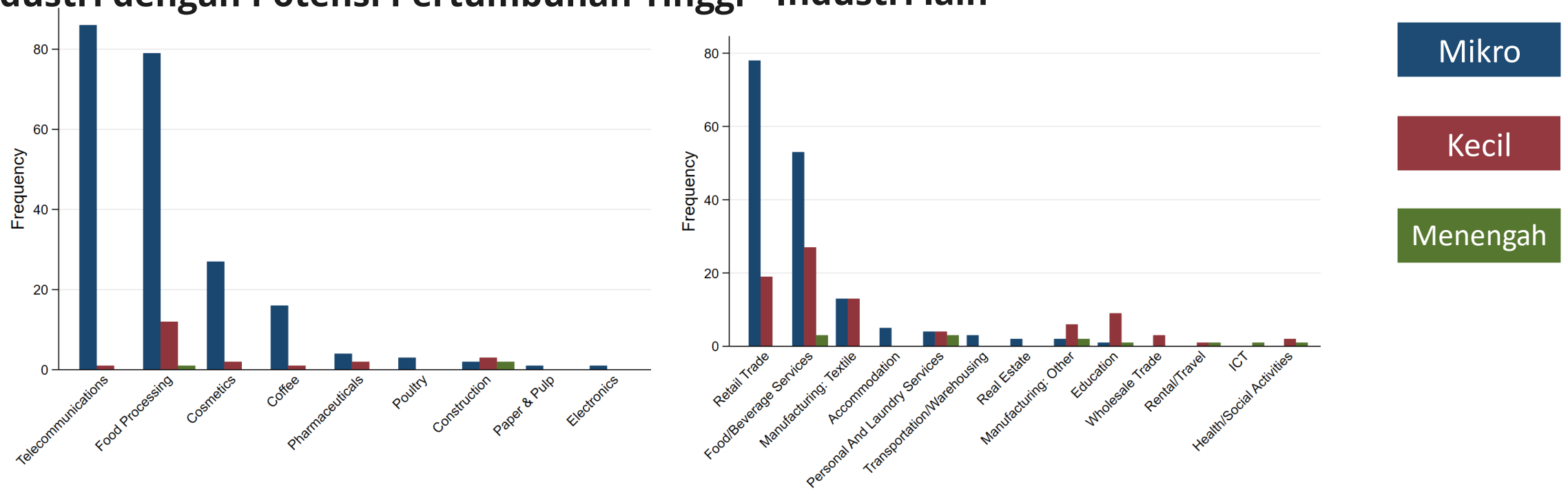
(85% di antaranya melaporkan bahwa
prosesnya sangat mudah)



Berada dalam Sektor Manakah para Striver Ini?

Perempuan bekerja di berbagai sektor

Industri dengan Potensi Pertumbuhan Tinggi Industri lain



- Perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada pertumbuhan milik perempuan ini terutama dalam bidang ritel, layanan makanan dan minuman, manufaktur dan akomodasi
- Dari jumlah tersebut di atas, sektor yang paling umum adalah telekomunikasi, pengolahan makanan, ritel, kosmetik dan kopi



Tidak Semua Pemilik Perempuan Serupa

Demografi yang sama, namun profil perusahaan berbeda



Para Striver Optimis dan Oportunistik



Motivasi mereka didorong secara internal dan berorientasi pada pertumbuhan

50%

Termotivasi untuk menghasilkan lebih banyak uang

42%

Termotivasi untuk menjadi "bos bagi diri sendiri"

30%

Termotivasi karena "membuat bahagia"



Perempuan Aktif Secara Finansial dan Memahami Teknologi Canggih

Bertanggung jawab atas keputusan keuangan
dalam rumah tangga



Dua pertiga responden melaporkan keterlibatan yang tinggi dalam hal keputusan untuk membeli barang-barang rumah tangga yang mahal, sementara 89% terlibat dengan keputusan terkait biaya sekolah



Perempuan juga Aktif Secara Finansial dan Memahami Teknologi Canggih dalam Bisnis



47% memiliki anggaran untuk bisnis



22% menggunakan mobile money untuk bisnis, tetapi...



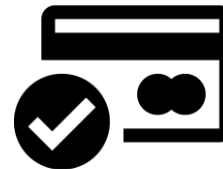
...hanya 17% yang memiliki atau pernah memiliki rekening bank transaksional (31% terdaftar atas nama bisnis)



40% menggunakan asuransi (bisnis atau pribadi)



Rekening tabungan (75%) dan kelompok (44%) merupakan mayoritas produk keuangan saat ini atau sebelumnya



54% bisnis menggunakan kredit untuk **tujuan bisnis** tertentu



Tantangan terhadap Inklusi Keuangan

Apa saja tantangan inklusi keuangan bagi UMKM?

Membuka potensi layanan keuangan digital (DFS)

- Perempuan lebih sering menggunakan telepon untuk penggunaan pribadi, lebih jarang untuk bisnis
- Perempuan tidak mengintegrasikan DFS dalam semua kegiatan bisnis

Hambatan untuk mengakses kredit

- Proses aplikasi yang rumit (persyaratan dokumen, harus bepergian, ID)
- Persyaratan agunan memberatkan (mungkin tidak memiliki kepemilikan tunggal, mungkin memerlukan dokumen tambahan atau persetujuan dari pasangan)

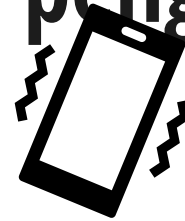


Perempuan aktif secara digital untuk penggunaan pribadi mereka sendiri, lebih sedikit untuk penggunaan bisnis.



73% memiliki **smartphone** mereka sendiri

→ **74%** menjelajah **internet**



25% melaporkan menggunakan **mobile money** untuk pribadi atau bisnis



43% melaporkan menggunakan ponsel mereka untuk **e-commerce**



96% melaporkan membayar pegawai mereka secara **tunai**



6% melaporkan memiliki **kode QR** untuk bisnis mereka

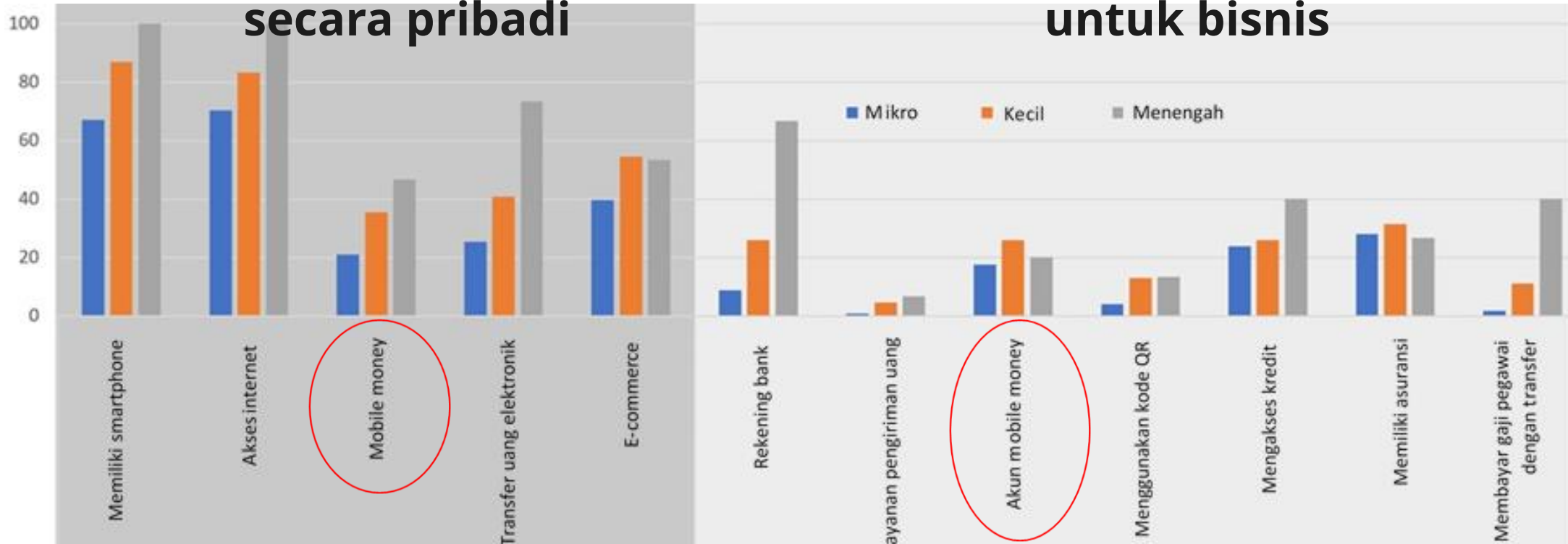


Peluang untuk memperluas penggunaan keuangan digital dari pribadi ke bisnis

- Penggunaan sebagian besar produk keuangan digital meningkat seiring dengan ukuran perusahaan
- Penggunaan pribadi secara signifikan lebih tinggi dari sebagian besar penggunaan untuk bisnis
- Peluang untuk mendorong ekspansi dari penggunaan pribadi ke bisnis

Penggunaan keuangan digital
secara pribadi

Penggunaan keuangan digital
untuk bisnis



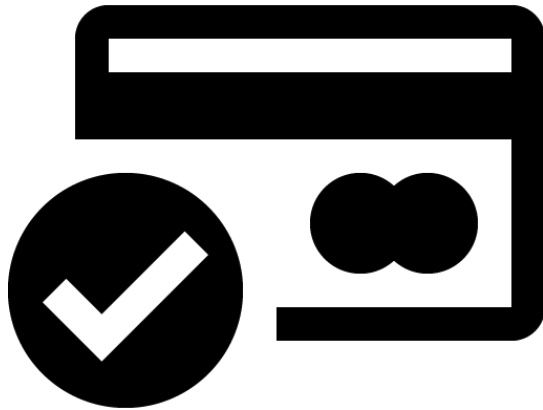
Peluang bagi FSP

- Memperluas **layanan e-commerce** ke wilayah di luar Jakarta dan Jawa. Perempuan yang saat ini menggunakan smartphone mereka; membutuhkan layanan keuangan yang memenuhi kebutuhan bisnis mereka.
- **Memperluas fitur atau meningkatkan kesadaran akan fitur yang ada** khusus untuk bisnis UKM -- memperluas pembayaran untuk pelanggan/pemasok, pembayaran tagihan, dan/atau saluran untuk membayar gaji pegawai. Perempuan membutuhkan alasan penggunaan yang kuat.



Akses terhadap Kredit

Kredit



Lebih dari **60%** UMKM lebih memilih kredit informal karena lebih mudah (lebih sedikit dokumen dan keharusan bepergian)

Sekitar **37%** responden memiliki aset bisnis sendiri, tetapi 36% lainnya memiliki akses terhadap aset bisnis dalam kepemilikan bersama dengan suaminya



Banyak perempuan melaporkan mengajukan pinjaman (formal atau informal) untuk tujuan yang berorientasi pada pertumbuhan, bukan untuk melunasi hutang pribadi.

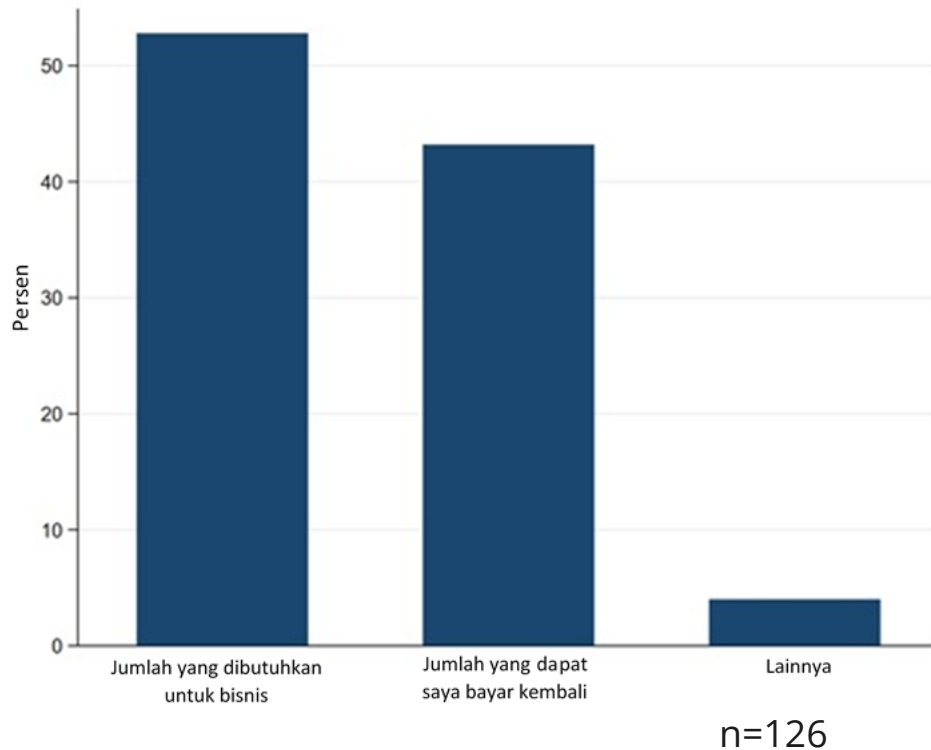
ALASAN PEMINJAMAN



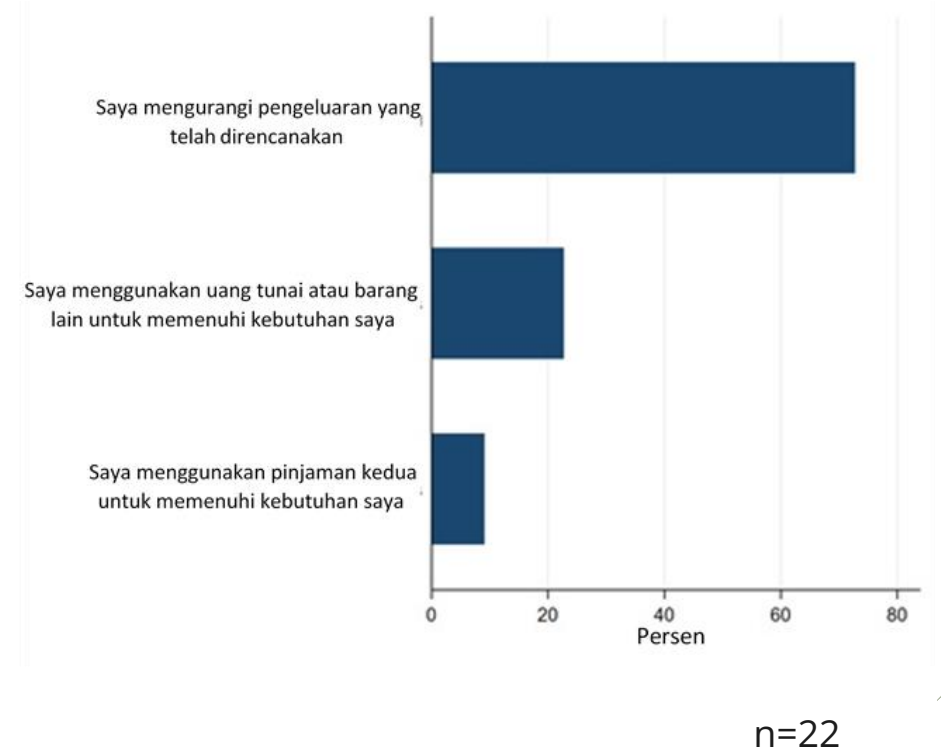
Akses terhadap Kredit

Apalagi perempuan sangat **strategis mengenai jumlah yang mereka ajukan**. Mayoritas perempuan hanya mengajukan jumlah uang yang mereka butuhkan untuk bisnis mereka, atau jumlah yang dapat mereka bayar kembali.

ALASAN PENGAJUAN JUMLAH PINJAMAN

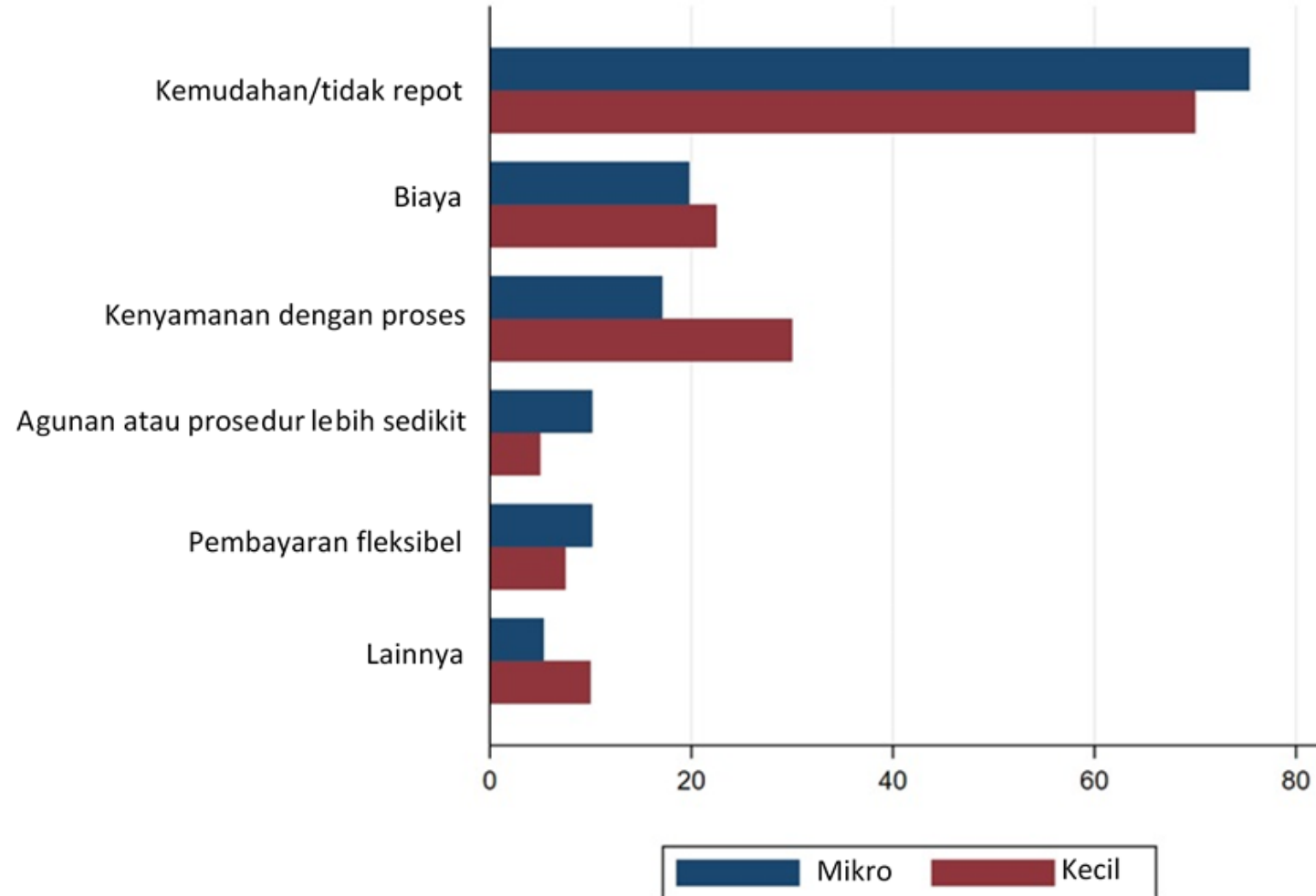


APA YANG ANDA LAKUKAN UNTUK MENUTUPI SELISIH ANTARA JUMLAH YANG DIAJUKAN DAN JUMLAH YANG DIBUTUHKAN?



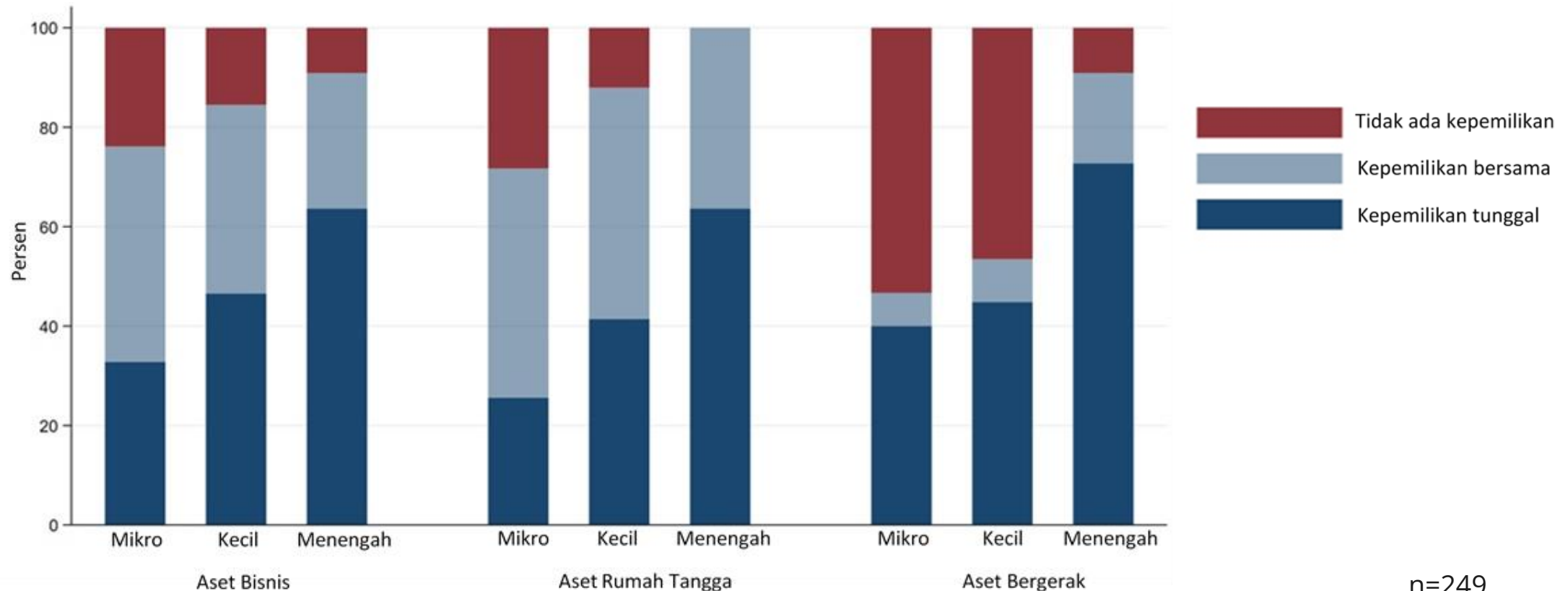
Perempuan juga mengidentifikasi bahwa proses mendapatkan kredit cukup menantang

ALASAN MEMILIH KREDIT INFORMAL



Dapatkah Pengusaha Perempuan Mengakses Agunan yang Diinginkan Bank?

- Perusahaan yang lebih besar kemungkinan besar memiliki akses terhadap semua jenis agunan
- Kepemilikan bersama (biasanya dengan pasangan) adalah hal yang umum untuk semua ukuran bisnis – terutama untuk aset bisnis dan rumah tangga yang biasanya lebih disukai oleh bank sebagai agunan
- Kepemilikan bersama → perlu persetujuan pinjaman dari pasangan → hambatan kredit



Persetujuan Pasangan Terlepas dari Agunan

- Persetujuan pasangan sebagai syarat pinjaman adalah hal yang umum bagi mereka yang memiliki aset rumah tangga atau bisnis **bersama** yang biasa digunakan sebagai agunan.
- Anehnya, persetujuan pasangan juga diperlukan bahkan untuk perempuan dengan **kepemilikan tunggal**.

Perempuan dengan **kepemilikan bersama** atas aset rumah tangga atau bisnis

67%

N=21

Perempuan dengan **kepemilikan tunggal** atas aset rumah tangga atau bisnis

71%

N=55

Persen membutuhkan persetujuan pasangan terkait agunan



Bahkan ketika berhasil mendapat kredit, masih harus menghadapi suku bunga yang tinggi.

Tingkat suku bunga rata-rata responden kami: 15%

Suku bunga rata-rata Indonesia: 10%¹

Ukuran perusahaan	Ukuran pinjaman rata-rata (Rupiah)	Ukuran pinjaman rata-rata (USD)	Suku bunga (APR)
Mikro	Rp 4,000,000	\$277	17.9%
Kecil	Rp 30,000,000	\$2,080	11.2%
Menengah	Rp 185,000,000	\$12,828	9.1%



Peluang bagi FSP

- Menyederhanakan dokumen pinjaman atau membuat proses persetujuan pinjaman tidak terlalu berat
- Memperluas kelayakan agunan; mempertimbangkan penilaian kredit alternatif, atau daftar aset bergerak
- Memudahkan atau merampingkan persyaratan persetujuan pasangan / kepemilikan bersama
- Menyelidiki proses pemberian pinjaman baru (pinjaman seluler kecil, skema jaminan kredit, perluasan profil kredit tergantung pada konsumen baru)



Bagaimana kita Menghadapi Tantangan UKM milik perempuan?

Bagaimana Kita Dapat Membuat Kredit Lebih Mudah Diakses oleh Perempuan?

1. Perempuan menginginkan lebih sedikit kerumitan saat mengajukan kredit. **Bagaimana persyaratan dokumen dan beban perjalanan dapat dikurangi?**
2. Perempuan menginginkan kredit untuk tujuan bisnis tetapi tidak selalu memiliki jenis agunan yang dibutuhkan oleh bank. **Bagaimana persyaratan agunan dapat lebih fleksibel?**
3. Perempuan menginginkan peluang kredit khusus untuk kebutuhan mereka. **Bagaimana kita dapat meningkatkan variasi produk kredit yang tersedia untuk bisnis milik perempuan?**

Bagaimana kita dapat mengurangi hambatan baik bagi FSP maupun usaha milik perempuan sehingga ada produk yang lebih baik untuk melayani perempuan dan FSP dengan lebih baik?



Thank you





Survei UMKM Milik Perempuan

Mengembangkan Produk Keuangan untuk UMKM yang Dimiliki dan Dioperasikan oleh Perempuan

24 Juni 2021

Russell Toth

The University of Sydney, Australia



Ikhtisar

Kendala akses terhadap keuangan bagi UMKM milik perempuan

Dua arahan untuk meningkatkan akses terhadap keuangan bagi UMKM milik perempuan:

1. Skrining klien
2. Agunan

Kesimpulan



Kendala akses terhadap keuangan bagi UMKM milik perempuan

Kendala yang digarisbawahi dalam survei



Skrining Klien

- Banyak perempuan lebih memilih kredit informal daripada kredit formal karena lebih mudah dan lebih dekat, dan lebih mungkin untuk menyediakan dana yang cukup.
- Banyak responden menggarisbawahi kerumitan dari kredit formal.



Agunan

- Responden melaporkan bahwa mereka sering membutuhkan agunan untuk mendapatkan pinjaman, namun seringkali mereka tidak memiliki tanah, bangunan, atau bahkan aset bergerak
- Kepemilikan bersama atas aset mengarah pada persyaratan persetujuan pasangan yang dapat menjadi kendala



Kapabilitas Keuangan

- Wanita aktif secara digital untuk urusan pribadi mereka, tetapi kurang aktif untuk urusan bisnis.
- 47% responden memiliki anggaran khusus, 40% memiliki asuransi, dan 75% memiliki rekening tabungan



Saya akan fokus pada kendala ini

Tampak kurang mengikat bagi UMKM yang berorientasi pada pertumbuhan



Skrining Klien



Pengujian "apa yang berhasil"

Kebutuhan UMKM milik perempuan mungkin berbeda dalam pemasaran, penilaian kredit dan proses persetujuan pinjaman.

Sejumlah penelitian memberikan contoh pengujian "apa yang berhasil" untuk meningkatkan inklusi keuangan bagi perempuan, dan akses kredit bagi UMKM.



Pengujian "apa yang berhasil": pemasaran

Kebutuhan dari UMKM milik perempuan mungkin berbeda dalam hal pemasaran, penilaian kredit dan proses persetujuan pinjaman.

Kredit pemasaran untuk UMKM milik perempuan

- Pesan pemasaran yang menarik UMKM milik perempuan mungkin berbeda.
 - Dalam penelitian terkait dompet digital, tim peneliti bekerja sama dengan FSP di Pakistan untuk menguji pesan pemasaran yang berbeda. Mereka menemukan bahwa mengirim pesan teks berdasarkan informasi perilaku dan “berpusat pada gender” yang mendorong orang-orang untuk merujuk orang lain dapat meningkatkan rujukan, terutama oleh perempuan, hingga 34%.
- Pemasaran digital berbiaya rendah menawarkan peluang untuk menguji “apa yang berhasil?” dengan biaya yang relatif murah.
 - Pengujian A/B mengacak antara intervensi yang berbeda pada sampel besar pengguna.
 - Banyak perusahaan internet dan FSP terkemuka melakukan pengujian A/B.



Pengujian "apa yang berhasil": memfasilitasi akses kredit

Kebutuhan dari UMKM milik perempuan mungkin berbeda dalam hal pemasaran, penilaian kredit dan proses persetujuan pinjaman.

Memfasilitasi akses kredit

- Survei kami menunjukkan bahwa beberapa UKM milik perempuan lebih memilih kredit informal, karena lebih nyaman.
- Studi terbaru menunjukkan bahwa memfasilitasi akses kredit dan proses pengisian dokumen dapat meningkatkan akses terhadap kredit. Misalnya.,
 - Campos et al (2018) mengevaluasi sesi pemberian informasi tentang (i) formalisasi, dan (ii) informasi kredit bank. Mereka menemukan tingkat pendaftaran bisnis yang sangat tinggi, dan bantuan formalisasi + informasi bank menghasilkan dampak yang signifikan terhadap kepemilikan rekening bank untuk bisnis, praktik keuangan, tabungan, dan penggunaan produk keuangan pelengkap.



Pengujian "apa yang berhasil": memfasilitasi akses kredit

Kebutuhan dari UMKM milik perempuan mungkin berbeda dalam hal pemasaran, penilaian kredit dan proses persetujuan pinjaman.

Memfasilitasi akses kredit

- Survei kami menunjukkan bahwa beberapa UKM milik perempuan lebih memilih kredit informal, karena lebih nyaman.
- Studi terbaru menunjukkan bahwa memfasilitasi akses kredit dan proses pengisian dokumen dapat meningkatkan akses terhadap kredit. Misalnya.,
 - Dalton (2018) menguji proses aplikasi pinjaman high-touch dengan dukungan pengisian formulir.
 - Studi ini menemukan bahwa mengurangi hambatan yang tampaknya kecil, seperti dukungan pengisian dokumen, mengurangi waktu pembukaan rekening. Hal ini menyebabkan peningkatan adopsi teknologi sebesar 62%.



Agunan



Hambatan dalam mengakses keuangan bagi UMKM, khususnya perempuan, dapat berupa persyaratan agunan

Dalam banyak kasus, persyaratan untuk memperoleh pinjaman adalah memiliki agunan yang cukup dan sesuai.

- Dalam beberapa kasus, bank hanya menerima aset tertentu (tanah, bangunan), sebagai agunan, sementara banyak usaha kecil tidak memiliki sertifikat tanah.
- Karena reformasi pemerintah, sejak tahun 2004 bank-bank di Indonesia dapat menerima agunan “bergerak” (misalnya kendaraan, peralatan), namun **beberapa UMKM mungkin kekurangan agunan fisik bergerak.**

Alternatif selanjutnya adalah menilai kredit berdasarkan data yang memverifikasi aktivitas bisnis.

- Piutang
- ⁴⁸Data penjualan dan pembelian pihak ketiga



Studi kasus: menilai kredit menggunakan data penjualan

Dalam model pinjaman yang melibatkan data pihak ketiga, lembaga keuangan bermitra dengan pihak ketiga yang dapat memberikan data objektif tentang penjualan/pembelian UMKM.

- Ini adalah bentuk pembiayaan rantai nilai di mana pihak ke-3 adalah mitra bisnis UMKM (misalnya, pemasok besar, pembeli besar).

Dalam studi evaluasi dampak saya baru-baru ini, saya mempelajari intervensi di negara ASEAN lain, di mana sebuah bank bermitra dengan perusahaan mobile money untuk melakukan model seperti ini:

- **Perusahaan mobile money:** membagikan data volume mobile money bulanan secara teratur yang diproses oleh agennya
- **Bank:** menawarkan pinjaman kepada agen menggunakan rumus sederhana berdasarkan volume mobile money



Studi kasus: menilai kredit menggunakan data penjualan

Produk pinjaman cukup berhasil:

- Meminjamkan 20.000 pinjaman kepada sekitar 8.000 agen mobile money dalam 12 bulan pertama. Sebagian besar agen menjalankan UMKM dan tidak ada batasan dalam penggunaan uang tersebut.
- Pinjaman hingga 15.000 USD
- Tingkat tunggakan kurang dari 1,5%

Perusahaan mobile money khawatir: "jika kami membagikan data ini, dan agen mendapatkan pinjaman, akankah mereka berbisnis dengan pesaing kami?"

- Penelitian kami dapat menunjukkannya dan jawabannya adalah: tidak. Bahkan, agen mengurangi mobile money untuk perusahaan lain setelahnya.
- Pengetahuan ini hanya mungkin didapatkan dari studi evaluasi dampak yang cermat.



Studi kasus: menilai kredit menggunakan data penjualan

Keuntungan bagi bank:

- **Biaya lebih rendah:** bank mengeluarkan pinjaman tanpa penilaian kredit secara langsung. Juga mengurangi beban bagi pemohon pinjaman.
- **Menjangkau nasabah baru:** bank dapat menjangkau nasabah UMKM yang berlokasi jauh dari cabang atau dari jaringan kontak agen kredit mereka.

Manfaat sosial ekonomi yang lebih luas:

- Berpotensi **mengurangi diskriminasi:** 50% peminjam adalah perempuan. Penilaian kredit murni berdasarkan kinerja (volume mobile money).
- Mendapatkan pinjaman, meningkatkan tabungan, dan memberdayakan peminjam.



Peluang lain

Ada banyak peluang untuk beradaptasi dan mengembangkan ide serupa di Indonesia:

- **Anjak piutang** sedang meningkat di Indonesia, meskipun masih banyak yang dapat dilakukan (ILO, 2019).
- Mengidentifikasi **agunan aset bergerak** yang dimiliki oleh UMKM perempuan dan menyesuaikan desain kredit dengan pilihan agunan yang tersedia.
- Mencari **alternatif bentuk data pembelian/penjualan** oleh UMKM perempuan di platform online (misalnya e-commerce). Prospek dapat diambil oleh platform e-commerce, atau lembaga keuangan:
 - Penjual perempuan di platform e-commerce – menggunakan data penjualan bulanan untuk penilaian kredit
 - Pembeli perempuan di platform e-commerce (sebagai indikator pendapatan akhir) – menggunakan pembelian bulanan untuk penilaian kredit



Kesimpulan

Mengembangkan Produk Keuangan untuk UMKM yang Dimiliki dan Dioperasikan oleh Perempuan

UMKM milik perempuan mungkin memiliki kebutuhan yang berbeda dalam proses kredit dibandingkan dengan UMKM lainnya.

Sementara itu, teknologi baru seperti keuangan digital dan e-commerce meningkatkan peluang baru untuk menjangkau, menilai, dan memberikan pinjaman kepada klien.

Perkembangan tersebut memunculkan peluang baru untuk meningkatkan akses keuangan bagi UMKM milik perempuan.

Pendekatan seperti pengujian A/B dapat memberikan alat yang berguna untuk menemukan "apa yang berhasil"?



Thank you

