

Studi Pasar dan Advokasi Kebijakan UMKM Indonesia

Dipersiapkan untuk Asosiasi Fintech
Pendanaan Bersama Indonesia

Materi Presentasi untuk Executive Launching MSME Research

Juli 2023

Strategy realized



The better the question. The better the answer.
The better the world works.



asosiasi fintech
pendanaan bersama
indonesia



Rangkuman Eksekutif

Konteks dan latar belakang studi	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kajian segmentasi UMKM hasil kerjasama dengan EY ini dirancang untuk melengkapi segmentasi yang sudah ada oleh pemerintah agar lebih sesuai dengan tujuan anggota AFPI dalam memahami pasar dan sifat pengembangan UMKM di Indonesia ▶ Studi ini telah terkualifikasi dengan data yang kuat dan luas, mulai dari sumber primer seperti FGD dengan pemangku kepentingan AFPI seperti Kementerian Koperasi dan UKM, BI, OJK dan database resmi yang disediakan oleh lembaga terkemuka lokal dan internasional seperti BPS, World Bank, ADB
Segmentasi UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kami telah mengidentifikasi bahwa segmentasi UMKM bertujuan khusus yang menyeimbangkan kriteria kinerja masa depan (cth: pendapatan, lintasan pertumbuhan) dan kriteria sumber daya historis (cth: aset) yang paling sesuai dengan tujuan AFPI ▶ Kami telah mengidentifikasi bahwa segmentasi baru perlu mengakomodasi skala bisnis, kematangan, dan berbagai jenis industri pasar UMKM, yang menghasilkan empat segmentasi, masing-masing dengan profil yang berbeda: <ul style="list-style-type: none"> – Kelompok Bisnis Prospektif: Bisnis skala ultra mikro dan mikro dengan literasi digital dan keuangan tinggi, memiliki potensi kemampuan perencanaan bisnis – Kelompok Kebutuhan Dasar: Bisnis skala ultra mikro dan mikro dengan literasi digital dan keuangan rendah, menghasilkan potensi risiko pembiayaan yang lebih tinggi – Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan: Bisnis skala kecil hingga menengah dengan literasi digital dan keuangan rendah, hanya berfokus pada mempertahankan kondisi <i>status-quo</i> mereka – Kelompok Bisnis Unggul: Bisnis skala kecil hingga menengah dengan literasi digital dan keuangan tinggi, memiliki daya tarik tertinggi dalam hal pendanaan
Persebaran dan kesenjangan pembiayaan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Segmentasi baru memungkinkan kami untuk mengidentifikasi bahwa masih ada kesenjangan pendanaan yang besar yang dapat dipenuhi oleh lembaga keuangan termasuk anggota AFPI yang diperkirakan akan terus meningkat dikarenakan insentif untuk pendanaan masih kurang menarik dibandingkan dengan pertumbuhan permintaan pembiayaan yang cepat ▶ Kami telah mengidentifikasi bahwa penyebaran permintaan pembiayaan di seluruh wilayah Indonesia tidak seragam karena setiap wilayah memiliki komposisi klaster yang unik, misalnya permintaan tertinggi di Jawa & Bali berasal dari bisnis Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan atau Kalimantan yang sebagian besar didorong oleh bisnis skala besar dengan literasi kurang matang
Titik masalah dan potensi intervensi kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kami telah mengidentifikasi bahwa ada risiko pembiayaan khusus per klaster segmentasi yang perlu diperhatikan oleh layanan Fintech ▶ Berdasarkan segmentasi baru, kami memahami bahwa setiap klaster akan membutuhkan serangkaian intervensi kebijakannya sendiri berdasarkan tingkat urgensi yang mereka miliki, seperti: <ul style="list-style-type: none"> – Kelompok Bisnis Prospektif: Kebijakan terkait kemudahan akses pembiayaan – Kelompok Kebutuhan Dasar: Kebijakan terkait peningkatan kesadaran digital dan finansial mereka – Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan: Kebijakan terkait peningkatan kesadaran digital dan finansial mereka – Kelompok Bisnis Unggul: Kebijakan terkait peningkatan penyediaan pembiayaan dan akses pengembangan bisnis

Hasil studi menunjukkan bahwa segmentasi, pemahaman terhadap pasar, serta kebijakan pendukung UMKM masih dapat dikembangkan lebih lanjut

Konteks dan Latar Belakang Studi

1

Saat ini, definisi UMKM nasional masih memiliki ruang untuk pengembangan...

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):
 Bisnis ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang tidak / bukan merupakan anak perusahaan lain.

PP
no. 7
tahun
2021

Usaha	Modal usaha	Pendapatan per annum
Mikro	Hingga Rp 1 miliar	Hingga Rp 2 miliar
Kecil	Rp 1 - 5 miliar	Rp 2 - 15 miliar
Menengah	Rp 5 - 10 miliar	Rp 15 - 50 miliar

2

... karena tiap institusi pemerintah belum memiliki satu definisi segmen UMKM akibat memiliki agenda berbeda...

Setiap institusi memiliki program kerja berbeda untuk mendukung UMKM, sehingga memerlukan kriteria / definisi khusus untuk mereka:

KemenBUMN



▶ Sesuai dengan PP No. 7 Tahun 2021

Kemenperin



▶ Dimiliki orang Indonesia
▶ Usaha yang mendukung BUMN

Kemenparekraf



▶ Bisnis kreatif
▶ Operator kekayaan intelektual

3

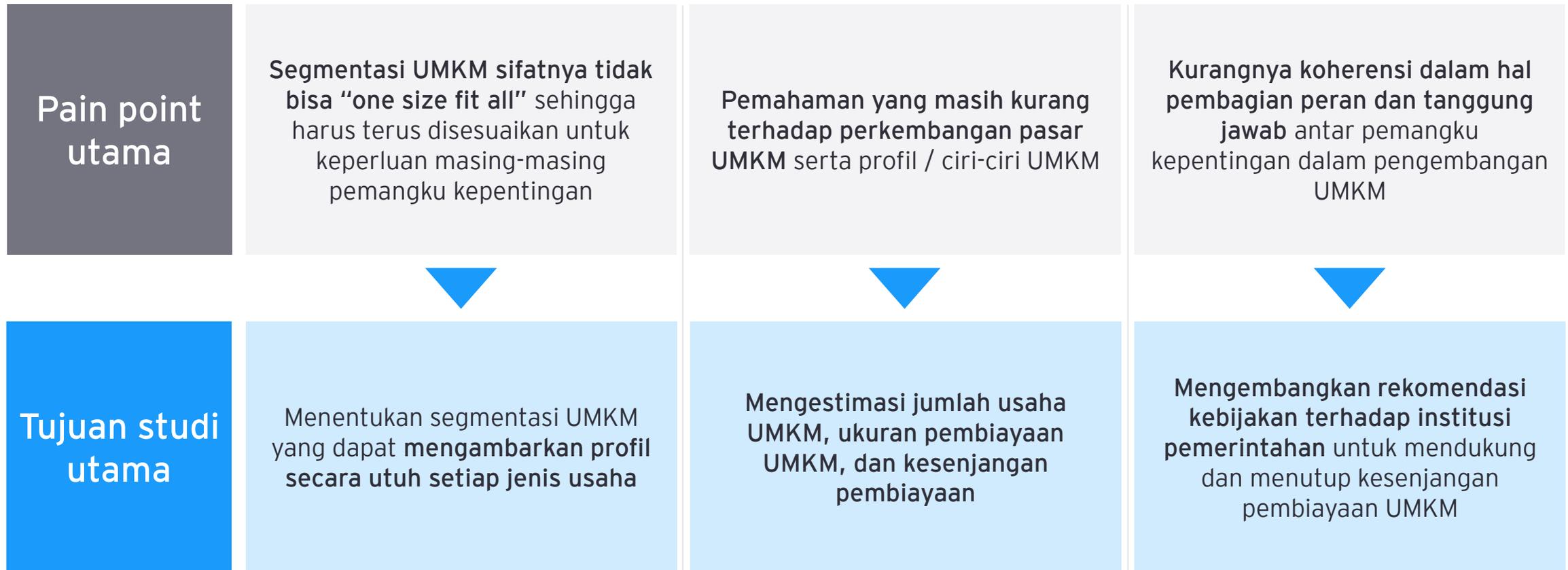
... serta segmentasi saat ini dirasa belum optimal bagi operasi pelaku fintech lending

Hasil FGD dengan member AFPI menunjukkan bahwa terdapat isu yang dialami ekosistem P2P lending akibat segmentasi UMKM saat ini:

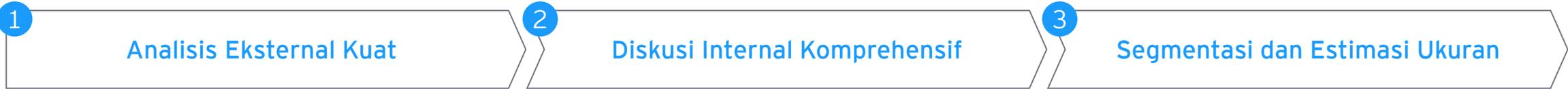
Pasar	Segmentasi tidak memecah segmen mikro lebih dalam (ultra mikro dan <i>mustahik</i>) & sulit mengidentifikasi kelayakan kredit UMKM
Operasi	Kesulitan dalam penyediaan <i>microfinance</i> karena harus memilah kembali bisnis UMKM perseorangan dan badan usaha
Channel	Ketergantungan terhadap asosisasi lain dalam ekosistem untuk mencapai segmen ultra mikro serta <i>mustahik</i>
Kebijakan	Regulasi masih membatasi jumlah pendanaan yang dapat diberikan oleh Fintech kepada UMKM (maks. Pendanaan IDR 2 miliar)

Diperlukan segmentasi UMKM yang lebih inklusif dan kokoh agar AFPI beserta pemangku kepentingan lain dapat lebih mudah dalam melakukan penyediaan dana serta berkolaborasi dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan

Pada studi ini, kami melakukan mengembangkan segmentasi lebih detil, mengestimasi jumlah usaha dan pembiayaan, serta memberikan rekomendasi untuk tiap segmen



Untuk mencapai tujuan tersebut, kami menggunakan pendekatan yang didukung oleh sumber sekunder serta sumber primer melalui anggota AFPI dan Kementerian



Riset Tren UMKM Global

- ▶ Memahami perubahan perilaku UMKM terhadap teknologi digital

EY, ADB, THE WORLD BANK

Penelitian sekunder melalui banyak basis data dan *Thought-Leadership* yang tersedia untuk umum

Diskusi Komprehensif dengan Anggota AFPI dan Kementerian Terkait

- ▶ Memahami tantangan utama dan *pain point* pasar UMKM nasional

afpi, PERBARINDO, PERBANAS, fintech indonesia, KEMEN KOPUKM, BANK INDONESIA, ASBISINDO, idEA, OJK

Diskusi melalui FGD dan wawancara mendalam dengan instansi Pemerintah terkait, anggota AFPI dan asosiasi terkait

Segmentasi UMKM

- ▶ Tetapkan dan rekomendasikan segmentasi UMKM yang kuat yang mencakup semua profil

Permintaan Pembiayaan dan Kesenjangan

- ▶ Perkiraan total kebutuhan pembiayaan UMKM per kluster
- ▶ Estimasi kesenjangan pembiayaan

Restrukturisasi segmentasi dan profil UMKM, didukung oleh estimasi kuantitatif permintaan pembiayaan dan kesenjangan yang tersebar di seluruh geografi

Studi kami terdiri dari benchmark negara dan lembaga yang kuat dan komprehensif, yang menunjukkan bahwa segmentasi harus memiliki tujuan tertentu

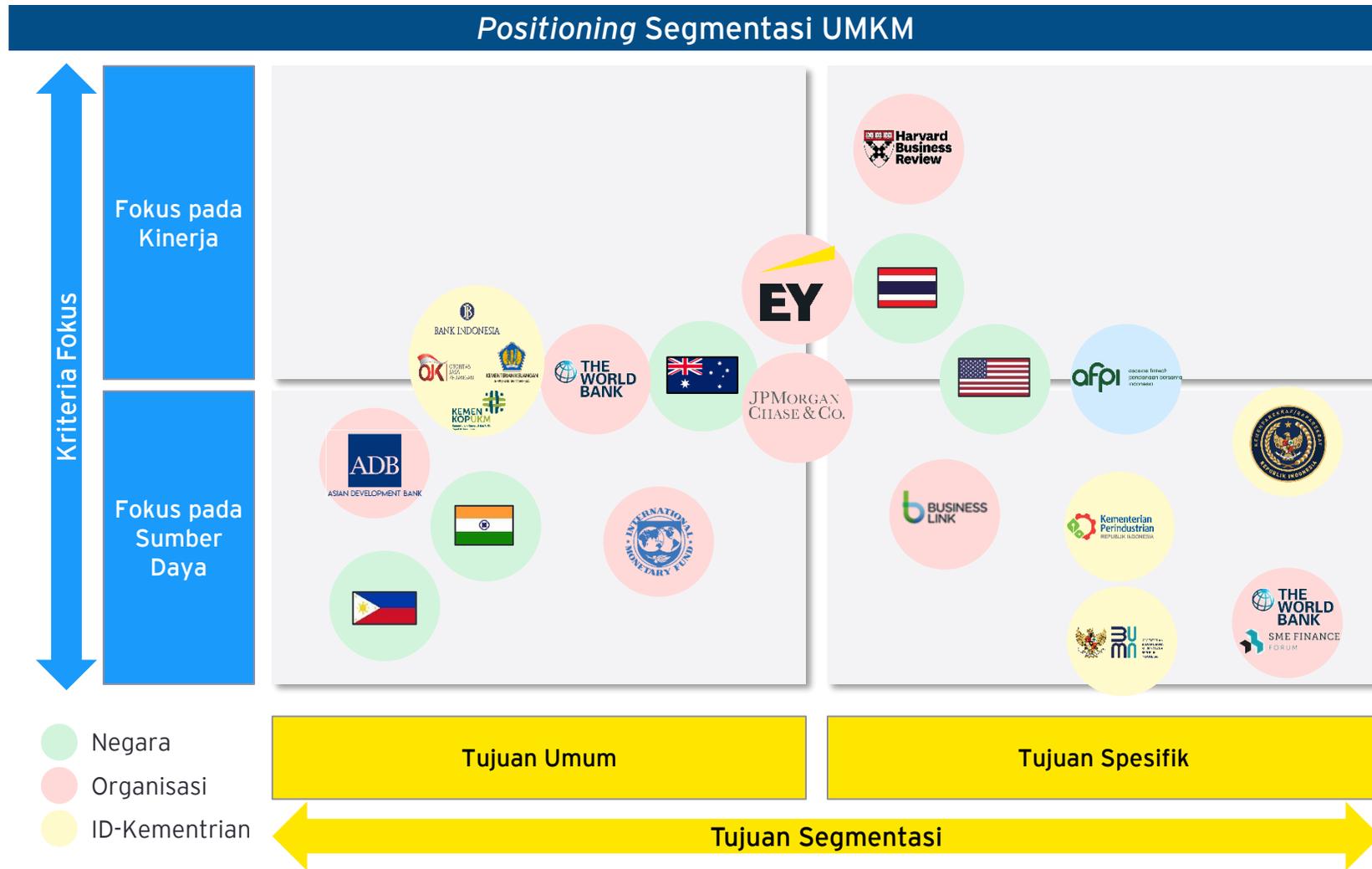
Benchmark Negara

	Parameter	+ Pro dan Kontra -
 Thailand	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dibagi UMKM ▶ Jumlah Karyawan ▶ Omset Tahunan ▶ Dibagi oleh dua sektor industri 	<ul style="list-style-type: none"> + Memungkinkan segmentasi yang lebih spesifik, implementasi kebijakan yang lebih terfokus - Dibagi berdasarkan kriteria sektor industri terlalu disederhanakan karena mayoritas perusahaan dikelompokkan menjadi satu
 Philippines	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dibagi UMKM ▶ Jumlah Karyawan ▶ Ukuran Aset 	<ul style="list-style-type: none"> + Kriteria segmentasi disederhanakan untuk lebih menggabungkan lebih banyak bisnis sebagai UMKM - Tidak membedakan antara bisnis fisik dan non fisik yang memiliki kebutuhan operasional dan keuangan yang berbeda
 Australia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Menyamaratakan UMKM sebagai usaha kecil ▶ Kriteria tergantung pada tujuan agensi 	<ul style="list-style-type: none"> + Memberikan fleksibilitas bagi UMKM dalam menerima dukungan dari berbagai instansi Definisi tergantung pada tujuan kebijakan - Asumsikan bisnis dengan berbagai ukuran memiliki kemampuan & masalah yang sama karena generalisasi
 United States	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Menyamaratakan sebagai usaha kecil ▶ Jumlah Karyawan ▶ Omset Tahunan ▶ Keperluan khusus untuk setiap sektor 	<ul style="list-style-type: none"> + Memungkinkan penilaian yang lebih baik ketika mensegmentasi usaha kecil karena tiap sektor industri memiliki kriteria sendiri - Asumsikan bisnis dengan berbagai ukuran memiliki kemampuan & masalah yang sama karena generalisasi
 India	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dibagi UMKM ▶ Investasi dalam pabrik / mesin ▶ Omset Tahunan 	<ul style="list-style-type: none"> + Menggunakan kriteria yang hanya mempertimbangkan aset produktif seperti pabrik atau mesin - Tidak mempertimbangkan bisnis yang tidak memerlukan investasi di pabrik atau mesin, sehingga definisi tidak kolektif

Benchmark Lembaga

	Parameter	+ Pro dan Kontra -
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Credit constraint level</i> 	<ul style="list-style-type: none"> + Visibilitas UMKM yang membutuhkan kredit, memungkinkan regulator untuk memisahkan bank dan non-bank - Tidak ada kelayakan bisnis kredit
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Usia bisnis ▶ Kemampuan bisnis ▶ Lintasan pertumbuhan 	<ul style="list-style-type: none"> + Wawasan bagi pembuat kebijakan untuk mendukung pendanaan dan akses - Kurangnya kinerja kredit saat ini
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Siklus hidup bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> + Visibilitas potensi pertumbuhan dan kelayakan kredit UMKM - Potensi bias terhadap segmen tertentu
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Karakteristik / keinginan pertumbuhan ▶ Sifat bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> + Visibilitas bagi pembuat kebijakan - Segmen tumpang tindih, terlalu AS sentris
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Orientasi pertumbuhan ▶ Majikan vs Non-majikan ▶ Usia bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> + Visibilitas untuk perusahaan baru, muda, dan berkembang pesat - Tidak ada visibilitas pendapatan
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aset bersih ▶ Penjualan tahunan ▶ Jenis pekerjaan 	<ul style="list-style-type: none"> + Pengumpulan data yang lebih mudah berdasarkan negara - Tidak ada karakteristik khusus UMKM
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aset bersih ▶ Penjualan tahunan ▶ Jenis pekerjaan ▶ Proksi ukuran pinjaman 	<ul style="list-style-type: none"> + Memungkinkan estimasi ukuran pinjaman untuk setiap segmen - Segmentasi yang tumpang tindih
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Karakteristik (perilaku dan preferensi) ▶ Jenis kebutuhan 	<ul style="list-style-type: none"> + Memungkinkan untuk fokus pada kebutuhan & pendekatan setiap segmen - Definisi terlalu umum

Segmentasi tujuan spesifik yang seimbang antara kriteria kinerja berorientasi masa depan dan kriteria sumber daya berorientasi historis paling cocok untuk tujuan AFPI



Menyesuaikan dengan tujuan AFPI untuk memahami kebutuhan pasar pembiayaan UMKM, segmentasi yang disesuaikan yang berfokus pada kinerja (yaitu, pendapatan, pertumbuhan bisnis) dan kriteria sumber daya (yaitu, tenaga kerja, aset) paling sesuai dengan sifat pengembangan UMKM

Skala Bisnis, Maturitas Bisnis, dan Jenis Industri adalah tiga kategori kriteria yang ditemukan relevan untuk segmentasi UMKM yang sesuai dengan tujuan AFPI

Kami telah mengidentifikasi enam kriteria yang relevan untuk tujuan segmentasi UMKM yang sesuai dengan tujuan AFPI. Dengan demikian, kriteria ini selanjutnya dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori: [Skala Bisnis](#), [Maturitas Bisnis](#), dan [Jenis Industri](#)

1 Skala Bisnis		2 Maturitas Bisnis		3 Jenis Industri	
Skala bisnis menggambarkan ukuran suatu perusahaan, yang berkorelasi dengan kapasitas produksi barang dan jasa serta persyaratan ukuran pendanaan potensial		Kematangan bisnis menggambarkan keterampilan dan kemampuan yang terlibat dalam mengoperasikan suatu perusahaan, yang menunjukkan kompatibilitas untuk jenis produk pinjaman		Jenis industri menggambarkan perilaku suatu perusahaan dalam hal pendanaan dan persyaratan operasi	
Kriteria	Alasan	Kriteria	Alasan	Kriteria	Alasan
1a Omzet per annum 	<ul style="list-style-type: none"> Pendapatan tahunan masih dapat dimanfaatkan sebagai penentu ukuran dan potensi UMKM Pendapatan dapat menentukan kebutuhan pinjaman bisnis seseorang 	2a Literasi finansial 	<ul style="list-style-type: none"> Literasi keuangan yang lebih tinggi menunjukkan onboarding yang lebih mudah bagi lembaga pembiayaan Literasi keuangan yang rendah dapat diterjemahkan menjadi tidak ada riwayat pinjaman, yang biasanya tidak memiliki rekening bank dan dapat menjadi peluang bagi lembaga non-bank (termasuk fintech) 	3a Jenis industri 	Manufaktur <ul style="list-style-type: none"> Industri yang memproduksi barang fisik adalah bagian dari industri manufaktur Bisnis yang dikategorikan dalam industri ini memiliki persyaratan modal, dan ukuran bisnis yang lebih besar untuk menghasilkan lebih banyak barang
1b Ukuran aset produktif 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran aset produktif memungkinkan kategorisasi ukuran dan kebutuhan UMKM yang lebih baik Aset dapat bertindak sebagai jaminan untuk meminimalkan risiko meminjamkan satu perusahaan 	2b Literasi digital 	<ul style="list-style-type: none"> Literasi digital diterjemahkan menjadi seberapa nyaman satu bisnis dalam menggunakan solusi digital-enabled, yang sesuai dengan target pasar utama fintech lending 	Servis	<ul style="list-style-type: none"> Industri yang menyediakan solusi non-fisik adalah bagian dari industri jasa Bisnis yang dikategorikan dalam industri ini seringkali tidak memiliki persyaratan modal yang tinggi, dan sebaliknya mengandalkan modal kerja
1c Jumlah karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah karyawan dapat digunakan untuk menentukan modal kerja perusahaan yang berarti kebutuhan pendanaan yang lebih tinggi 				

Segmentasi baru ini akan mengakomodir skala bisnis, tingkat maturitas, dan jenis industri di pasar UMKM, yang menghasilkan empat kluster segmentasi

Matriks Segmentasi UMKM					
<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan digital menengah hingga ahli • Pengetahuan keuangan menengah hingga ahli 	Matang Digital & Finansial	Kelompok Bisnis Prospektif <ul style="list-style-type: none"> • Bisnis dengan jumlah aset rendah yang memiliki perencanaan bisnis dan kemampuan digital yang baik 	Kelompok Bisnis Unggul <ul style="list-style-type: none"> • Bisnis dengan kemampuan tertinggi yang menarik bagi sebagian besar pemain <i>financing</i>, kemungkinan akan perlu memberikan penawaran yang lebih baik &; layanan bernilai tambah lainnya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan • Cocok untuk pinjaman bernilai tinggi seperti modal kerja dan pembiayaan investasi melalui bank umum 		
<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan digital tidak ada hingga dasar • Pengetahuan keuangan menengah hingga ahli 	Cenderung matang finansial	<ul style="list-style-type: none"> • Cocok untuk pinjaman berukuran mikro, tanpa agunan ATAU pinjaman yang dijamin pemerintah 			
<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan digital menengah hingga ahli • Pengetahuan finansial tidak ada hingga dasar 	Cenderung matang digital		Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan <ul style="list-style-type: none"> • Bisnis yang tidak fokus pada pertumbuhan, tetapi memiliki jumlah aset yang lebih besar yang memungkinkan mereka mengakses lebih banyak kredit yang didukung oleh agunan 		
<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan digital tidak ada hingga dasar • Pengetahuan finansial tidak ada hingga dasar 	Tidak matang	Kelompok Kebutuhan Dasar <ul style="list-style-type: none"> • Bisnis dengan aset rendah dan kurangnya rencana bisnis yang menghasilkan risiko tinggi • Cocok untuk pembiayaan berukuran mikro 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocok untuk modal kerja dan investasi bernilai lebih tinggi, pinjaman agunan ATAU pembiayaan yang mudah diakses melalui fintech atau multifinance 		
Unidentified groups		Ultra Mikro	Mikro	Kecil	Menengah
Bisnis yang tidak terdaftar oleh platform atau lembaga formal apa pun dianggap sebagai <i>Unidentified groups</i>		<ul style="list-style-type: none"> • <Rp 250 juta omzet per annum • <Aset Rp 250 juta • <3 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Omzet Rp 0,25-1,5 miliar per annum • Aset Rp 0.25 - 1 miliar • 3-5 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Omzet Rp 1,5-10 miliar per annum • Aset Rp 1-3 miliar • 6-20 karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Omzet Rp 10-50 miliar per annum • Aset Rp 3-10 miliar • 21-50 karyawan

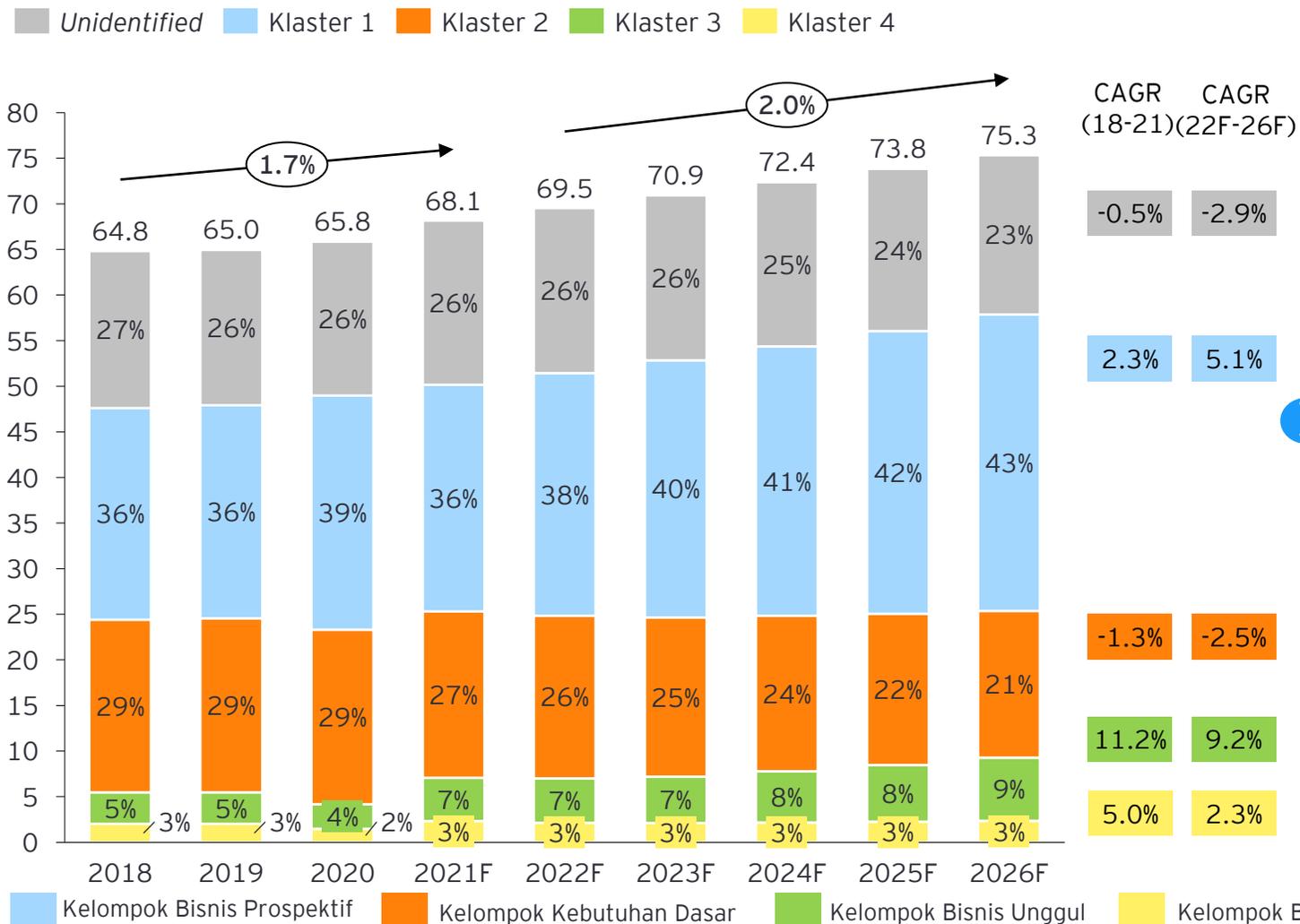
Dimensi Matriks

- Skala Bisnis (X-axis)**
- Pendapatan
 - Ukuran aset produktif (tidak termasuk tanah & bangunan, termasuk sebaran bisnis (jangkauan))
 - Jumlah karyawan
- Maturitas Bisnis (Y-axis)**
- Literasi digital
 - Literasi keuangan
- Jenis industri**
- Manufaktur (memproduksi barang)
 - Servis (memberikan solusi)

Segmentasi ini memungkinkan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku UMKM, memungkinkan kebijakan dan penetrasi pembiayaan yang lebih akurat di masa depan

Jumlah UMKM dengan kapabilitas digital dan finansial yang lebih tinggi akan mendominasi, dengan bisnis-bisnis terus menjadi lebih terintegrasi

Jumlah UMKM berdasarkan segmentasi klaster
juta, 2018-2026F



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, BPS, BI, Analisis EY Parthenon

Kunci pendorong

- Jumlah UMKM diprediksikan akan bertumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat di Indonesia
- Klaster 1 diperkirakan akan bertumbuh disebabkan oleh *entrepreneurs* akan mempunyai kemampuan literasi yang lebih tinggi ketika memulai bisnis mereka
- Klaster 2 dan grup *Unidentified* diperkirakan akan menurun disebabkan literasi dan kemudahan financing yang tinggi akan membuat bisnis-bisnis untuk berpotensi pindah ke klaster 1 dan 4
- Klaster 3 akan terus bertumbuh dikarenakan bertambahnya jumlah bisnis-bisnis yang mempunyai growth planning & financing yang lebih bagus

Kunci Analisis

- Seiring dengan klaster 1 terus bertumbuh menjadi proporsi mayoritas, akses kebijakan financing yang lebih kuat harus menjadi fokus untuk mengakomodasi kebutuhan bisnis-bisnis ini
- Karena jumlah Klaster 2 dan grup *Unidentified* masih memiliki proporsi yang besar, kesadaran & literasi harus diprioritaskan untuk membantu mendorong bisnis-bisnis berpindah ke klaster lainnya

Kelompok Bisnis Prospektif memiliki jumlah proposi paling besar di setiap wilayah, sedangkan Kelompok Bisnis Unggul terus memiliki pertumbuhan paling tinggi

Jumlah UMKM berdasarkan klaster segmentasi per wilayah
juta, 2018-2026F



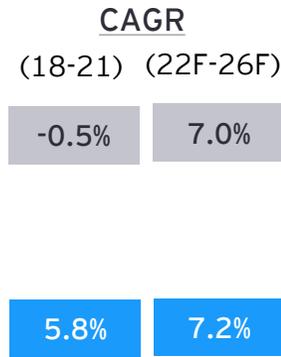
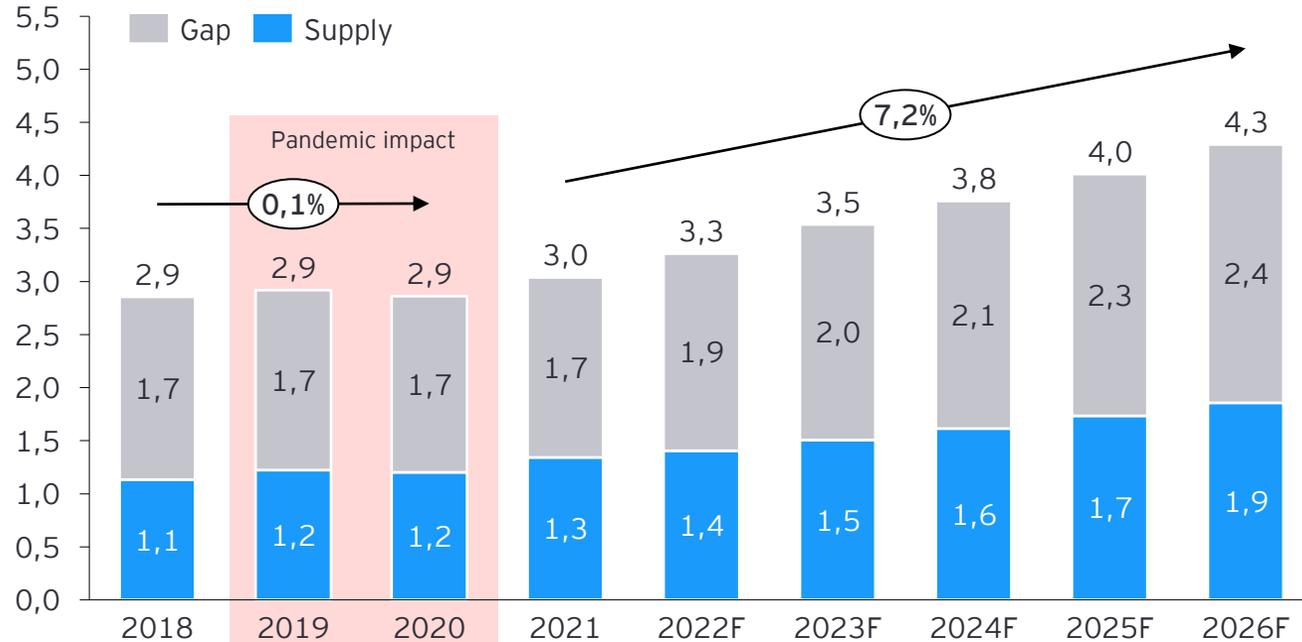
		Jawa & Bali			Sumatera			Kalimantan			Sulawesi			Indonesia Timur			
		'18	'22F	'26F	'18	'22F	'26F	'18	'22F	'26F	'18	'22F	'26F	'18	'22F	'26F	
Total	Total	27.3	29.1	31.8	9.8	10.7	11.9	2.4	2.9	3.4	4.1	4.9	6.0	3.3	3.9	4.6	
	Proporsi	Kelompok Bisnis Prospektif	54%	54%	56%	45%	49%	54%	42%	45%	51%	42%	48%	55%	38%	45%	55%
		Kelompok Bisnis Unggul	33%	30%	25%	46%	38%	30%	47%	38%	28%	52%	43%	34%	57%	47%	35%
		Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan	8%	11%	14%	6%	9%	12%	7%	12%	15%	4%	6%	8%	3%	5%	7%
		Kelompok Kebutuhan Dasar	5%	5%	5%	3%	4%	4%	4%	5%	6%	2%	3%	3%	2%	3%	3%
Pertumbuhan	Kelompok Bisnis Prospektif	'18-'21	'22F-'26F	0.9%	3.0%	'18-'21	'22F-'26F	3.3%	5.3%	'18-'21	'22F-'26F	5.4%	7.7%	'18-'21	'22F-'26F	6.0%	9.2%
	Kelompok Bisnis Unggul	-1.3%	-2.5%	-1.7%	-3.6%	15.5%	11.3%	0.2%	-2.5%	16.5%	12.1%	1.0%	-1.7%	18.4%	13.9%	-0.6%	-2.7%
	Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan	13.7%	9.7%	15.5%	11.3%	16.5%	12.1%	18.7%	14.2%	12.4%	10.2%	18.4%	13.9%	15.3%	11.2%	18.4%	13.9%
	Kelompok Kebutuhan Dasar	6.6%	1.1%	10.8%	6.1%	11.6%	8.0%	12.4%	10.2%	15.3%	11.2%	15.3%	11.2%	15.3%	11.2%	15.3%	11.2%

Menurut klaster segmentasi, Jawa & Bali, Sumatera, and Kalimantan diperkirakan akan memiliki bisnis-bisnis dengan kapabilitas literasi dan finansial yang tinggi (Kelompok Bisnis Unggul) sebagai proporsi dengan lokasi lain nya pada 2026, yang memberikan kesempatan untuk memprioritaskan pembuatan akses yang mudah untuk financing. Sulawesi and Indonesia Timur masih memiliki proporsi yang tinggi untuk Kelompok Kebutuhan Dasar, yang akan membutuhkan perkembangan dalam kesadaran & kebijakan literasi dan tindakan sebelum financing menjadi prioritas lokasi tersebut

■ Kelompok Bisnis Prospektif
 ■ Kelompok Kebutuhan Dasar
 ■ Kelompok Bisnis Unggul
 ■ Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan

Pertumbuhan kesenjangan pembiayaan UMKM diproyeksi akan meningkat jika kondisi pasokan pendanaan tetap sama tanpa kebijakan pendukung tambahan

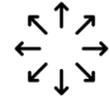
Permintaan Historis dan Proyeksi Pembiayaan UMKM*
IDR '000 Tn, 2018-2026F



Kontribusi pembiayaan

	2018	2019	2020	2021	2022F	2023F	2024F	2025F	2026F	(18-21)	(22F-26F)
Bank Himbara	49%	50%	53%	56%	57%	58%	59%	60%	61%	2.3%	1.2%
Bank Swasta	35%	34%	32%	29%	28%	27%	26%	25%	24%	-2.0%	-0.9%
Bank BPR	7%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	5%	5%	-0.2%	-0.2%
Multifinance	9%	9%	10%	9%	9%	9%	9%	8%	8%	-0.2%	-0.2%
Fintech	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0.0%	0.1%

Penemuan Penting



Kesenjangan pembiayaan akan terus melebar karena insentif untuk pendanaan masih kurang menarik dibandingkan dengan pertumbuhan permintaan yang cepat, yang akan membutuhkan insentif tambahan untuk mendorong peningkatan pasokan pembiayaan

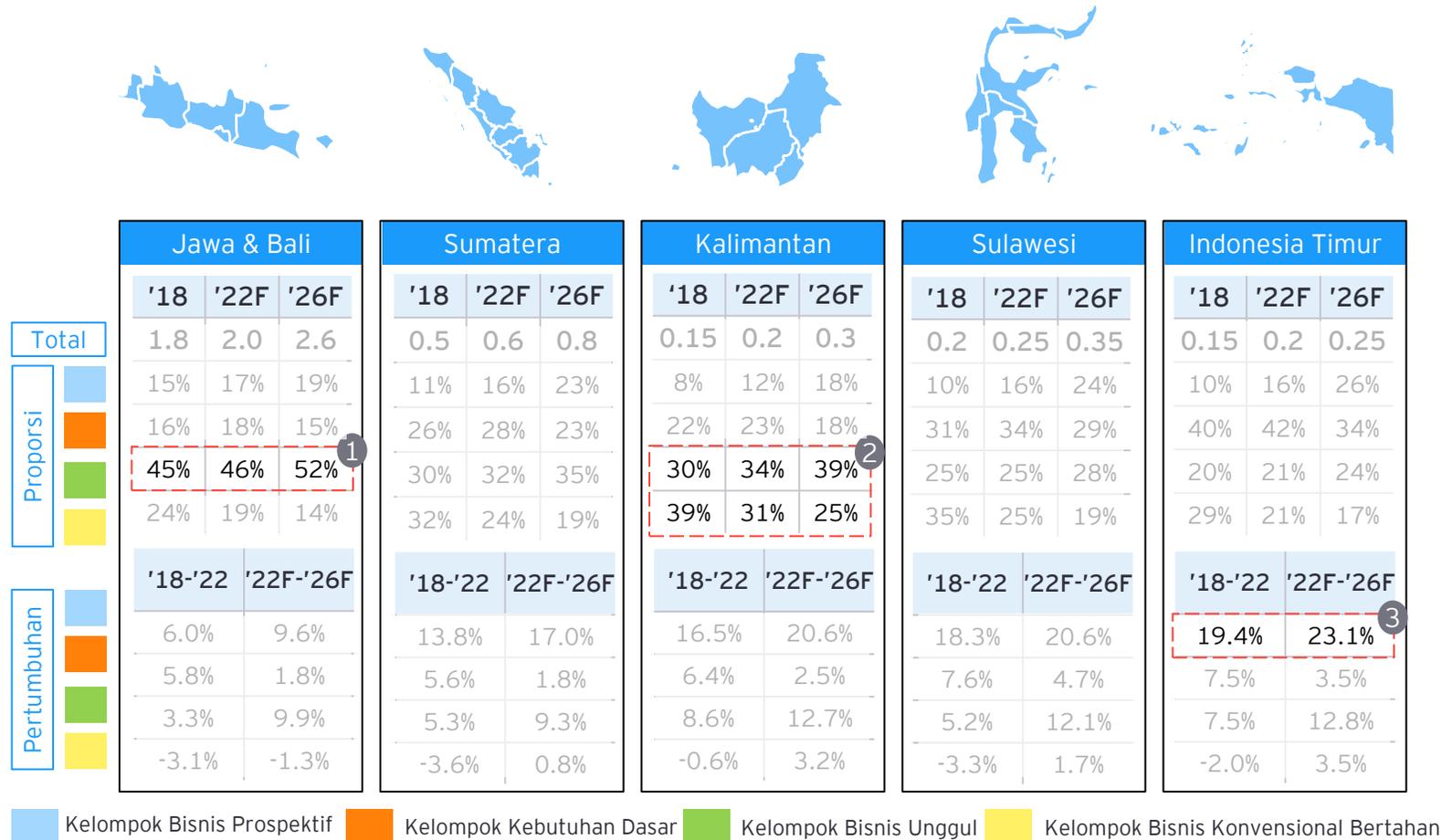


Karena meningkatnya permintaan, Fintech dapat memainkan peran yang lebih besar karena *risk appetite* dan aksesibilitas platformnya lebih cocok dengan UMKM yang mendorong permintaan

Catatan: *) Angka ini dihitung berdasarkan kondisi apa adanya, dan tidak mengasumsikan perubahan perilaku oleh pelaku pembiayaan, pemerintah, dan pemangku kepentingan UMKM lainnya
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, BPS, OJK, BI, Analisis EY Parthenon

Penyebaran permintaan pembiayaan di seluruh wilayah tidak merata dikarenakan setiap wilayah memiliki komposisi kluster yang unik

Permintaan Historis dan Proyeksi Pembiayaan UMKM per wilayah*
IDR '000 Tn, 2018-2026F



1 **Permintaan dari kluster kelompok Bisnis Unggul di Jawa & Bali terbukti menjadi yang tertinggi secara proporsi, di mana diharapkan daerah lain pada akhirnya akan mengikuti juga**

2 **Permintaan pembiayaan Kalimantan sebagian besar didorong oleh usaha skala besar yang masih belum matang, membutuhkan kombinasi program pembiayaan dan kesadaran untuk membantu mereka tumbuh secara optimal**

3 **Indonesia Timur memiliki permintaan kelompok Bisnis Prospektif dengan pertumbuhan tertinggi, yang akan membutuhkan sumber daya tambahan jika pembiayaan akan diberikan karena akses masih terbatas di daerah tersebut**

Catatan: *) Angka ini dihitung berdasarkan kondisi apa adanya, dan tidak mengasumsikan perubahan perilaku oleh pelaku pembiayaan, pemerintah, dan pemangku kepentingan UMKM lainnya
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, BPS, BI, Analisis EY Parthenon

Ada beberapa dampak dan probabilitas risiko pembiayaan khusus per klaster yang perlu diperhatikan oleh layanan Fintech

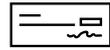
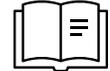
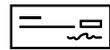
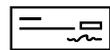
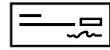
 Rendah ••• Tinggi	Kelompok Bisnis Prospektif	Kelompok Kebutuhan Dasar	Kelompok Bisnis Unggul	Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan
Dampak Risiko	 Dampak Sedang 1 2	 Dampak Tinggi 1 2 3 5	 Dampak Rendah 4	 Dampak Sedang 3 4
Probabilitas Risiko	 Peluang Tinggi	 Peluang Tinggi	 Peluang Sedang	 Peluang Sedang
Deskripsi Risiko	Karena jumlah aset dan ukurannya yang kecil, kelompok ini mungkin memiliki peluang risiko keterlambatan pembayaran yang tinggi untuk tidak dapat membayar risikonya sehingga dampaknya menengah.	Ukuran usaha kecil, dengan literasi digital dan keuangan yang rendah, memiliki peluang lebih tinggi untuk beberapa risiko seperti tidak dapat membayar pinjaman, keterlambatan pembayaran, risiko penggunaan dana yang tidak sesuai yang berdampak tinggi bagi Fintech	Dengan ukuran bisnis yang mapan dan pengetahuan literasi digital dan keuangan yang tinggi, bisnis di klaster ini mungkin memiliki banyak daya tarik bagi lembaga keuangan , sehingga dampaknya sementara probabilitasnya sedang selama Fintech dapat menarik UMKM yang sudah mapan.	Karena ukuran bisnis yang kuat, mengakibatkan risiko yang lebih rendah dalam membayar pinjaman , namun dengan literasi digital dan keuangan rendah dapat menimbulkan risiko menengah seperti risiko penggunaan dana yang tidak sesuai dan pengalihan penggunaan dana .

- 1 Risiko tidak dapat membayar
 2 Risiko keterlambatan pembayaran
 3 Risiko penggunaan dana yang tidak sesuai
 4 Risiko pengalihan penggunaan dana
 5 Risiko bangkrut

Setiap klaster akan memiliki karakteristik yang berbeda yang membutuhkan rangkaian intervensi kebijakannya sendiri berdasarkan tingkat urgensi yang mereka miliki

	Kebijakan tentang pembiayaan				Kebijakan untuk pertumbuhan bisnis
	Kesadaran bisnis		Akses untuk pendanaan lebih	Kemudahan pengaturan dan pengoperasian pendanaan	Pengembangan ukuran bisnis
	Keuangan	Digital			
Kelompok Bisnis Prospektif	 <p>Kemungkinan memiliki pengetahuan di bidang keuangan</p>	 <p>Kemungkinan memiliki pengetahuan di bidang digital</p>	 <p>Calon kelompok membutuhkan lebih banyak akses pendanaan karena didukung dengan literasi digital dan ekonomi yang sudah fokus pada pembangunan</p>	 <p>Dengan pengetahuan yang memadai baik di bidang digital dan finansial, calon kelompok memerlukan regulasi yang membuat proses menjadi lebih sederhana sehingga memungkinkan mereka untuk berkembang</p>	 <p>Literasi digital dan literasi keuangan yang tinggi tetapi ukurannya kecil, kebijakan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkannya agar klaster ini dapat meningkatkan level bisnisnya</p>
Kelompok Kebutuhan Dasar	 <p>Kemungkinan literasi keuangan minim, diperlukan untuk mendedukasi klaster ini</p>	 <p>Kemungkinan literasi digital minim, diperlukan untuk mendedukasi klaster ini</p>	 <p>Meskipun akses ke lebih banyak pendanaan penting, kelompok subsisten memerlukan fokus pada pendidikan dan kesadaran literasi digital dan keuangan</p>	 <p>Regulasi untuk menyederhanakan proses pendanaan memang penting, namun untuk klaster ini membiasakan diri dengan kesadaran finansial dan digital harus menjadi fokus</p>	 <p>Pengembangan lebih lanjut harus difokuskan pada pelatihan keterampilan bisnis/manajerial untuk klaster ini serta peraturan yang mendorong perusahaan besar untuk bekerja dengan bisnis kelompok ini</p>
Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan	 <p>Kemungkinan literasi keuangan minim, diperlukan untuk mendedukasi klaster ini</p>	 <p>Kemungkinan literasi digital minim, diperlukan untuk mendedukasi klaster ini</p>	 <p>Kelompok yang tangguh cenderung stagnan, yang membutuhkan lebih banyak akses ke pendanaan untuk mendorong perkembangan mereka</p>	 <p>Kemudahan regulasi pendanaan akan mendukung lebih banyak permintaan pendanaan dan fokusnya harus pada peningkatan kesadaran mereka akan literasi keuangan dan digital</p>	 <p>Kebijakan pembangunan yang stagnan harus ditingkatkan agar kelompok ini memodernisasi praktik bisnis mereka akan memungkinkan pengembangan lebih lanjut menjadi bisnis yang berfokus pada pertumbuhan</p>
Kelompok Bisnis Unggul	 <p>Kemungkinan memiliki pengetahuan di bidang keuangan</p>	 <p>Kemungkinan memiliki pengetahuan di bidang digital</p>	 <p>Mendirikan kelompok kelompok yang berfokus pada akses ke lebih banyak pendanaan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka untuk mengembangkan bisnis mereka</p>	 <p>Dengan pengetahuan tinggi tentang pendanaan, bisnis cenderung sudah memiliki pendanaan dan memungkinkan kemudahan regulasi dan operasi akan memungkinkan bisnis untuk meningkatkan aktivitas pendanaannya.</p>	 <p>Kebijakan yang memungkinkan kelompok ini untuk meningkatkan pengembangannya (i.e., manajemen risiko, pengambilan keputusan, dll) dan area jangkauannya (seperti dukungan ekspor-impor) untuk meningkatkan level bisnisnya.</p>

Berdasarkan risiko dan urgensi yang teridentifikasi, kami mengusulkan beberapa inisiatif guna membantu bisnis berkembang dan mempermudah akses pendanaan

Klaster	Deskripsi	Analisis Kunci	Usulan Inisiatif
Kelompok Bisnis Prospektif	<ul style="list-style-type: none"> Literasi tinggi dalam pengetahuan digital dan keuangan, ukuran bisnis kecil Pengusaha pendatang baru yang paham teknologi dan melek finansial 	Peningkatan pendanaan untuk bisnis di klaster ini dapat membuka potensi pertumbuhannya yang tinggi, memanfaatkan kecakapan digital dan keuangannya yang mahir.	 Memberikan akses ke pendanaan dengan layanan gratis seperti program manajemen bisnis  Memberikan pendanaan tanpa agunan karena ukuran bisnisnya yang kecil
Kelompok Kebutuhan Dasar	<ul style="list-style-type: none"> Sedikit atau tidak ada literasi dalam pengetahuan digital dan keuangan, ukuran bisnis kecil Sebagian besar bisnis tradisional yang motivasinya hanya bertahan 	Karena literasi digital dan keuangan yang kurang memadai, inisiasi pendanaan untuk bisnis di klaster ini terbatas sehingga ada kesenjangan pembiayaan yang paling lebar dibandingkan dengan klaster lainnya.	 Meningkatkan kesadaran melalui program pembinaan  Membuka akses lebih luas untuk pinjaman dengan memulai jaringan ekosistem untuk UMKM terpencil
Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan	<ul style="list-style-type: none"> Sedikit atau tidak ada literasi keuangan dan digital, ukuran bisnis lebih besar Bisnis yang telah beroperasi dalam jangka waktu yang lebih lama dan memiliki sedikit perkembangan 	Dengan mempercepat penetrasi literasi keuangan , bisnis menengah ini dapat matang dan beralih ke kluster lain, mengurangi kebutuhan pendanaannya	 Usaha kerjasama untuk meningkatkan kematangan melalui program pembinaan dan pendidikan  Memberikan persyaratan sederhana pendanaan modal kerja
Kelompok Bisnis Unggul	<ul style="list-style-type: none"> Literasi tinggi dalam pengetahuan digital dan keuangan, ukuran bisnis lebih besar Mendirikan bisnis yang memiliki kinerja baik dan dikelola dengan baik 	Bisnis klaster ini menarik bagi penyandang dana karena ukuran dan literasinya, sehingga menurunkan risiko bagi pemberi pinjaman.	 Kemitraan kolaboratif seperti konsultasi perencanaan bisnis untuk mengembangkan bisnis mereka  Penyederhanaan proses pembiayaan untuk transaksi yang lebih nyaman



Ekspansi Bisnis



Pembinaan



Akses Pendanaan

Catatan: Ekspansi usaha mengacu pada inisiatif yang membantu UMKM untuk mengembangkan bisnisnya, Bimbingan mengacu pada inisiatif untuk meningkatkan maturitas UMKM, Akses pendanaan mengacu pada inisiatif untuk mendukung pendanaan yang cocok untuk UMKM

Sumber: Analisis EY Parthenon

Berdasarkan studi, kami memahami bahwa setiap temuan menghasilkan cara mengidentifikasi kebijakan untuk memenuhi pengembangan pembiayaan UMKM

Temuan Utama

Segmentasi baru lebih rinci, menggabungkan kriteria kinerja masa depan dan kriteria sumber daya historis

Perbedaan sebaran permintaan pembiayaan di setiap daerah karena komposisi kluster di sana menyebabkan setiap daerah memiliki profil pertumbuhan pembiayaan yang berbeda

Masih ada gap pembiayaan yang akan terus membesar karena insentif pendanaan masih kurang menarik dibandingkan pertumbuhan permintaan yang cepat

Poin Penting

Potensi untuk didukung melalui intervensi kebijakan yang jelas yang diperlukan untuk setiap kluster, termasuk peran masing-masing pemangku kepentingan utama

Potensi pemahaman inisiatif kebijakan utama yang perlu disesuaikan dengan profil daerah

Potensi pandangan tingkat tinggi tentang kebijakan yang perlu diterapkan untuk menarik dan memberi insentif kepada lembaga pembiayaan untuk memasok pendanaan

EY | Building a better working world

EY exists to build a better working world, helping to create long-term value for clients, people and society and build trust in the capital markets.

Enabled by data and technology, diverse EY teams in over 150 countries provide trust through assurance and help clients grow, transform and operate.

Working across assurance, consulting, law, strategy, tax and transactions, EY teams ask better questions to find new answers for the complex issues facing our world today.



EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. EY member firms do not practice law where prohibited by local laws. For more information about our organization, please visit ey.com.

About EY-Parthenon

EY-Parthenon teams work with clients to navigate complexity by helping them to reimagine their eco-systems, reshape their portfolios and reinvent themselves for a better future. With global connectivity and scale, EY-Parthenon teams focus on Strategy Realized – helping CEOs design and deliver strategies to better manage challenges while maximizing opportunities as they look to transform their businesses. From idea to implementation, EY-Parthenon teams help organizations to build a better working world by fostering long-term value. EY-Parthenon is a brand under which a number of EY member firms across the globe provide strategy consulting services. For more information, please visit ey.com/parthenon.

© 2023 PT Ernst & Young Indonesia.

A member firm of Ernst & Young Global Limited.
All Rights Reserved

In line with EY's commitment to minimize its impact on the environment, this document has been printed on paper with a high recycled content.

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, legal or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

ey.com/id

Ringkasan Eksekutif - Makro

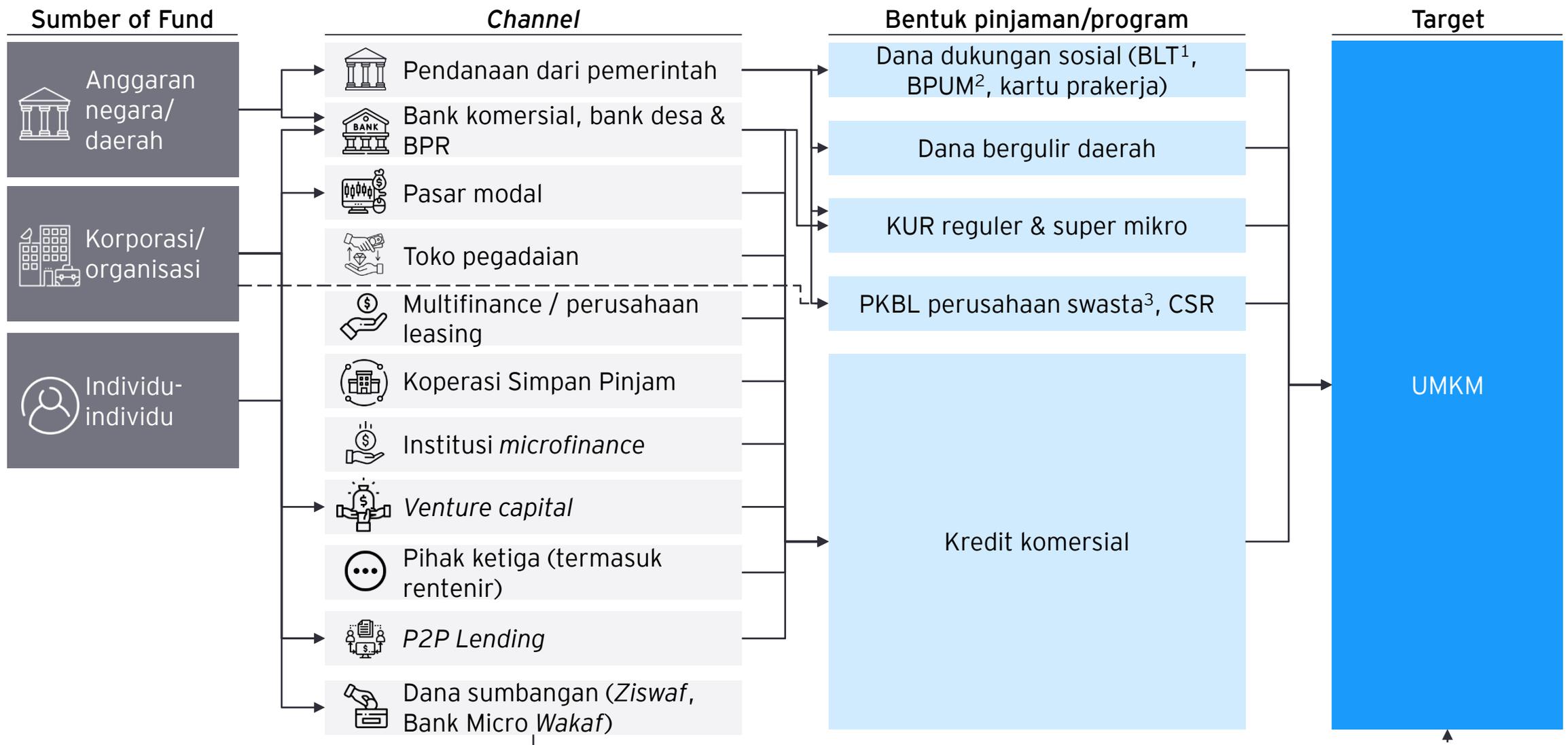
Topik	Deskripsi
<p>Kajian Pasar Makro UMKM - Ekonomi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • UMKM Indonesia menyumbang 62% terhadap PDB Indonesia pada 2021 dan penyerapan tenaga kerjanya mencakup 97% karyawan yang dipekerjakan oleh UMKM. • Distribusi industri UMKM terbesar di Indonesia ada di pertanian & perikanan sebesar 49,8% pada 2016, sedangkan industri pengolahan hanya 6,4% yang sangat terfokus di pulau Jawa (kecuali Jakarta). • Ada dua jenis industri, 1. penyedia layanan dan 2. produsen barang, masing-masing memiliki kebutuhan operasional dan pembiayaan yang spesifik. • Industri pertanian dan perikanan terdiri dari pertanian & perkebunan, perikanan, dan peternakan. • Lanskap pembiayaan UMKM saat ini didukung oleh institusi pemerintah dan non-pemerintah melalui berbagai saluran dan program pinjaman seperti anggaran negara/daerah, korporasi/organisasi, individu.
<p>Penilaian Pasar Makro UMKM - Segmentasi Pemerintah Saat Ini</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klasifikasi segmentasi UMKM saat ini oleh pemerintah terdapat dalam PP No. 7 Tahun 2021 yang membedakan level UMKM dengan modal usahanya (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan total pendapatan tahunan. • Sebagian besar kementerian pemerintah menggunakan segmentasi oleh pemerintah seperti OJK, Bank Indonesia, dan Kementerian Keuangan yang mengelompokkan UMKM melalui modal dan pendapatan tahunan yang dihasilkan UMKM
<p>Tren Pasar UMKM - Global</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ada beberapa tren di UMKM global seperti digitalisasi, merangkul titik sentuh digital dan inisiasi hubungan antara UMKM dan penyedia keuangan, di mana opsi kemitraan strategis telah menjadi faktor penting. • Seiring peningkatan teknologi juga membantu UMKM tumbuh, ada fenomena di mana UMKM dibedakan berdasarkan kematangannya yang dibedakan berdasarkan kematangan digital dan kematangan finansial yang juga diklasifikasikan dengan keahliannya. • Saat kompetisi menjadi semakin ketat, hampir setengah dari perusahaan menengah dan UMKM dengan omset yang lebih kecil sedang mempertimbangkan untuk mengganti pilihan utama mereka untuk lembaga keuangan utama karena lambatnya proses administrasi bank, yang bertentangan dengan kebutuhan UMKM akan likuiditas segera. • Retensi pelanggan semakin menantang bagi Fintech, sehingga layanan bernilai tambah seperti kinerja layanan kredit yang lebih baik dan layanan konsultasi juga dianggap menarik.

Bisnis mampu berpindah dari kluster mereka ke kluster lain, yang didorong oleh berbagai alasan yang dikaitkan dengan pertumbuhan elemen skala atau literasi

Kemungkinan alasan pergeseran kluster



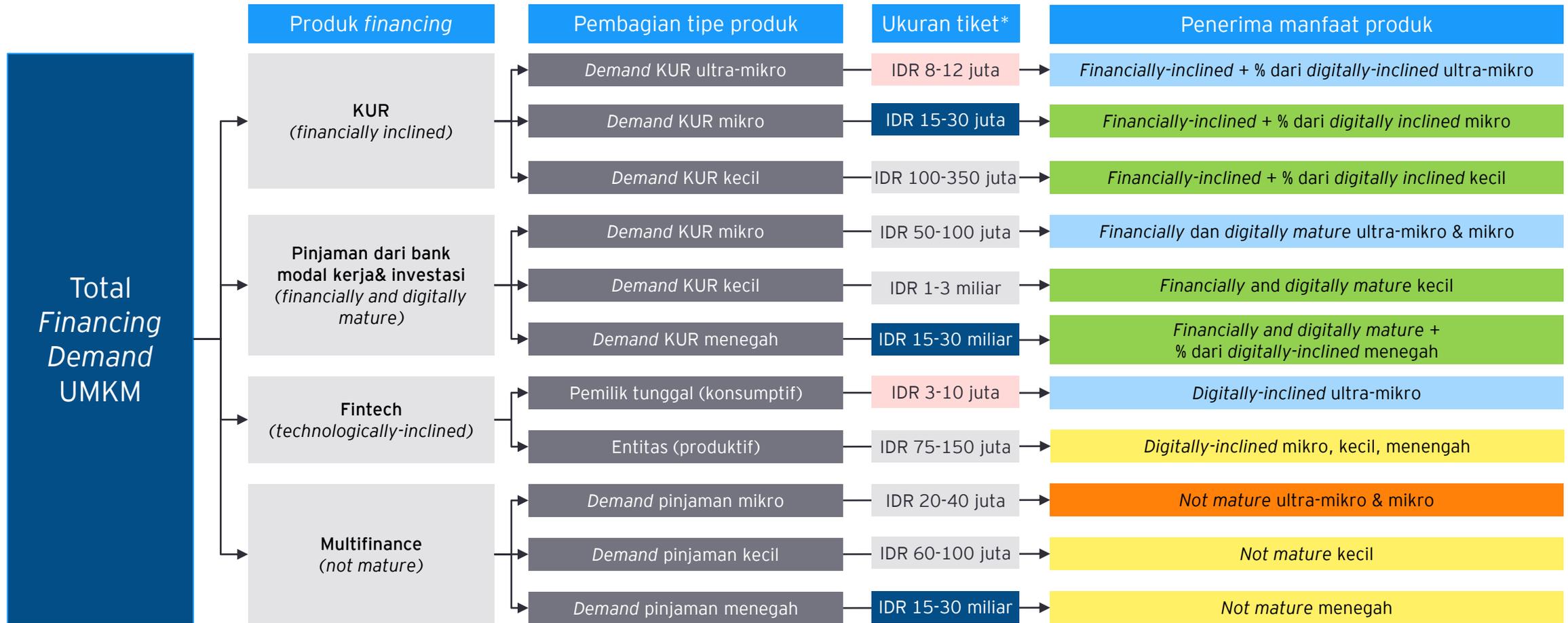
Lanskap *financing* UMKM saat ini didukung oleh institusi pemerintah dan non-pemerintah melalui berbagai *channels* dan program pinjaman



Catatan: 1) BLT: Bantuan langsung tunai, 2) BPUM: Bantuan Produktif Usaha Mikro, 3) PKBL: Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

Sumber: OJK, FGD dengan Kementerian Koperasi dan UKM, Analisis EY Parthenon

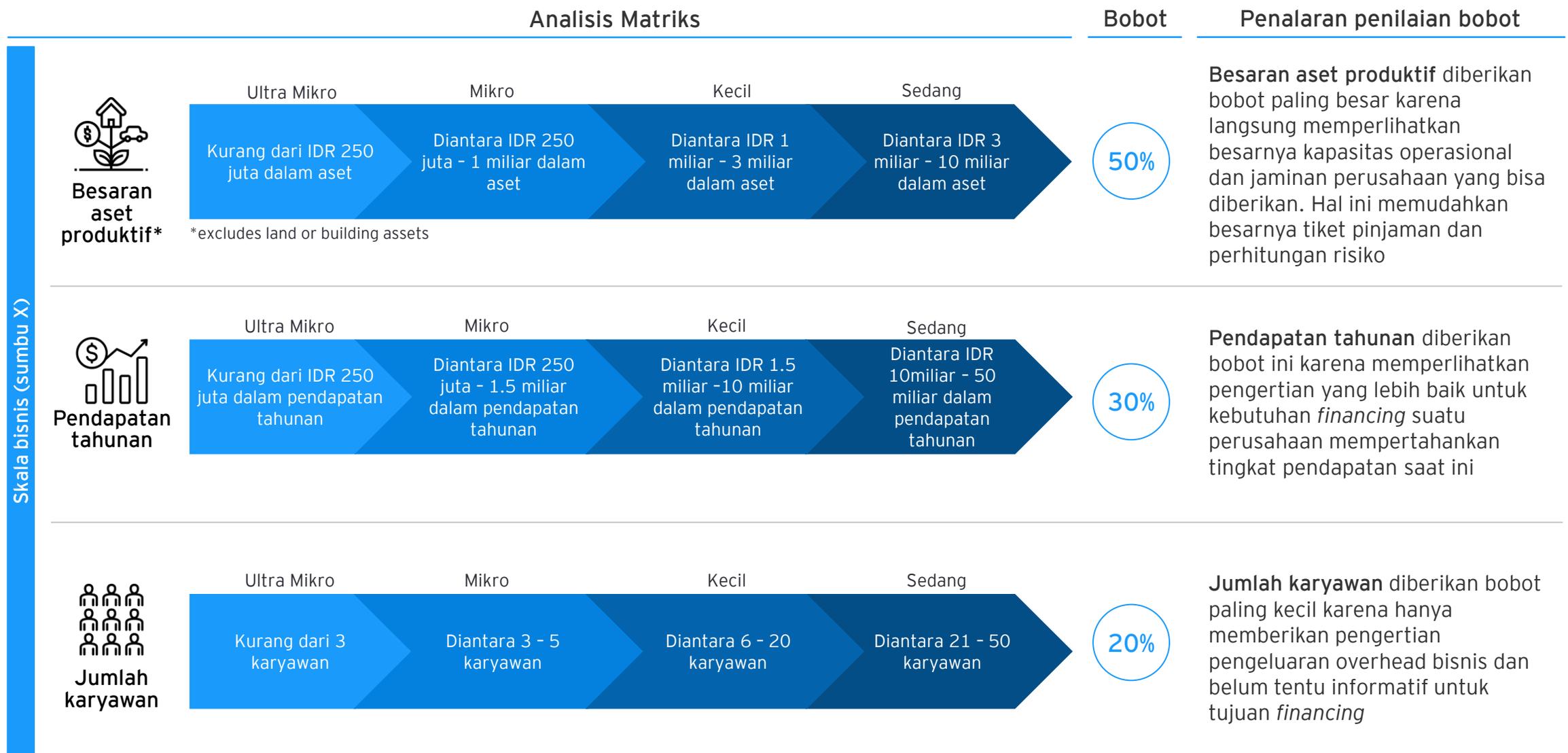
Total financing demand UMKM dibagi berdasarkan estimasi market size setiap produk yang dihitung berdasarkan ukuran bisnis dan maturity level



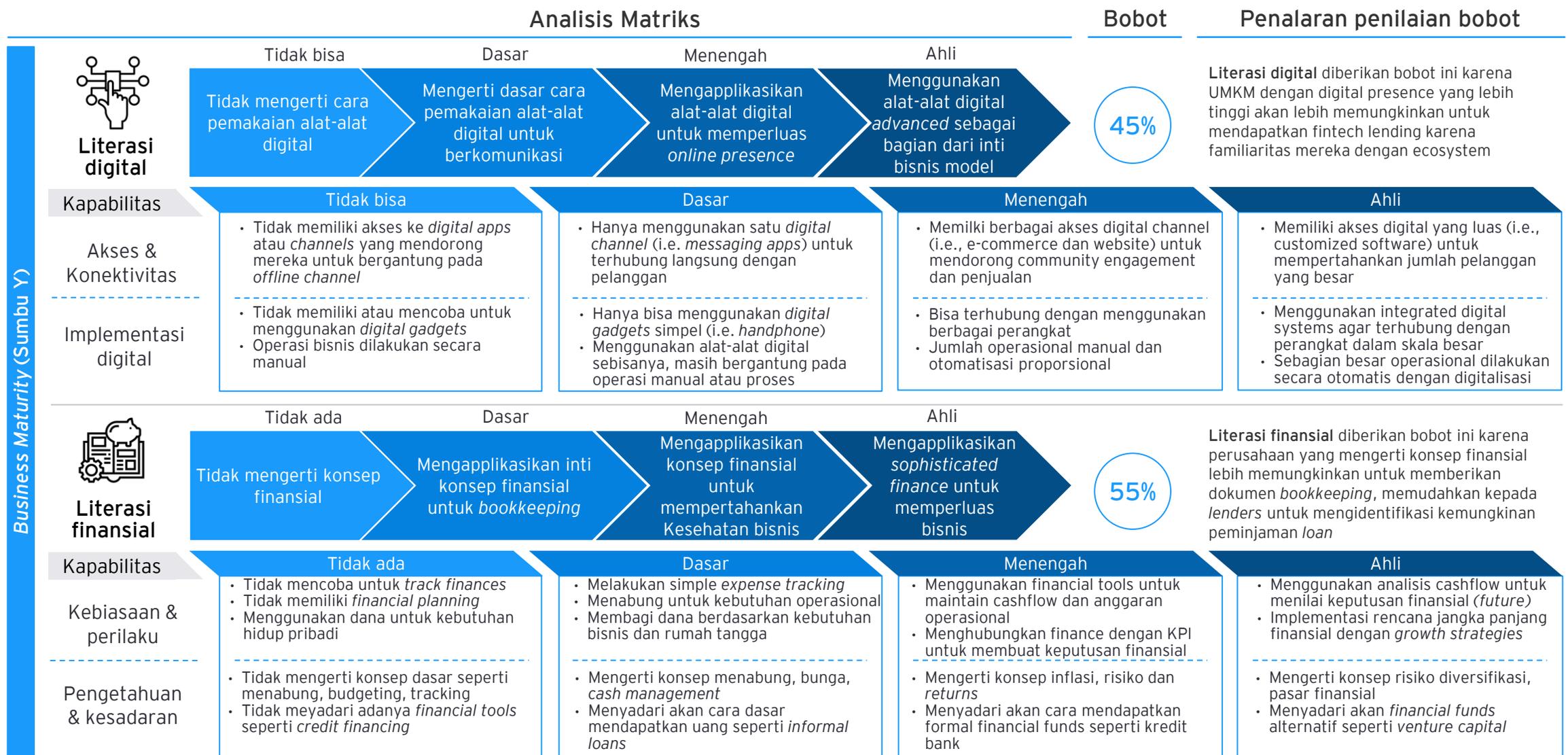
Teridentifikasi sebuah **gap** untuk produk financing UMKM yang memberikan pinjaman dengan **ukuran tiket sebesar IDR 4 juta - 14 miliar**, membuka peluang untuk produk finance untuk diperkenalkan di segment ini

Catatan: *) Didapatkan dari berbagai sumber seperti OJK, BI, Perekonomian RI and dikompilasi kedalam average ranged value

Untuk mengidentifikasi letak suatu bisnis dalam matriks segmentasi, setiap elemen bisnis dalam matriks diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya (1/2)



Untuk mengidentifikasi letak suatu bisnis dalam matriks segmentasi, setiap elemen bisnis dalam matriks diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya (2/2)

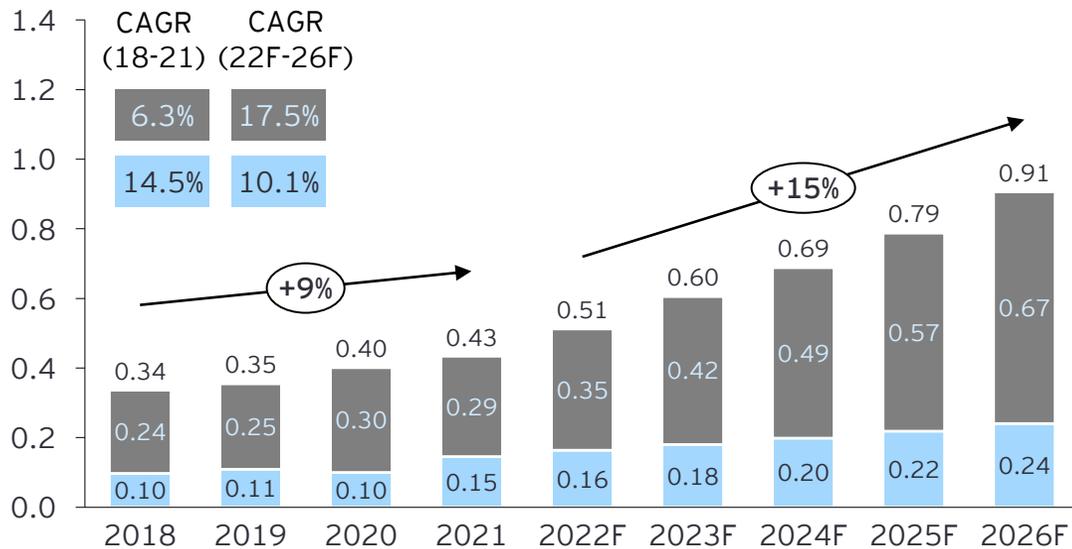


Karena *financing demand* terus meningkat, *financing gap* diperkirakan akan membesar untuk klaster 1 dan 2 jika *supply* terus tetap dalam tingkat pertumbuhan saat ini

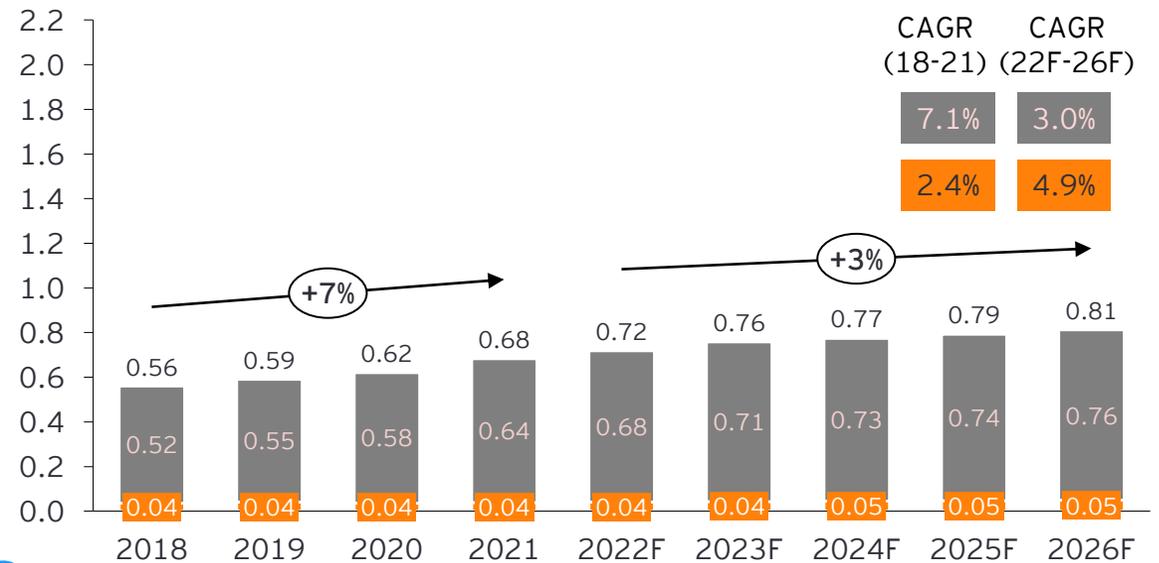
Historikal and Proyeksi *Financing Demand* UMKM*

IDR '000 Tn, 2018-2026F

Supply Klaster 1 Gap Klaster 1



Supply Klaster 2 Gap Klaster 2



Klaster 1 - Kelompok Bisnis Prospektif

- ▶ *Supply* untuk klaster ini mempunyai pertumbuhan yang paling tinggi karena institusi-institusi mempercayai mereka mampu dan memiliki potensi tertinggi untuk bertumbuh
- ▶ Tetapi, *finance gap* untuk klaster ini tidak bisa di *closed* karena wirausahawan baru dengan literasi yang lebih bagus mendorong demand
- ▶ *Fintech Financing* diperkirakan akan menurunkan gap tersebut dikarenakan oleh bisnis profil di klaster ini cocok dengan keunggulan fintech

Klaster 2 - Kelompok Kebutuhan Dasar

- ▶ Karena klaster memiliki kekurangan akan kesadaran dan kapabilitas, sebagian besar insitusi akan lebih kurang tertarik untuk memberikan pendanaan; hal ini bisa dilihat dari tingkat pertumbuhan yang kecil
- ▶ Bisnis di klaster ini tidak mempunyai fokus pada pertumbuhan, menghasilkan *dormand demand* untuk *financing*
- ▶ Fintech harus diprioritaskan sebagai opsi utama *financing* untuk klaster ini karena average tiket size dan tingkat risiko mereka cocok untuk fintech

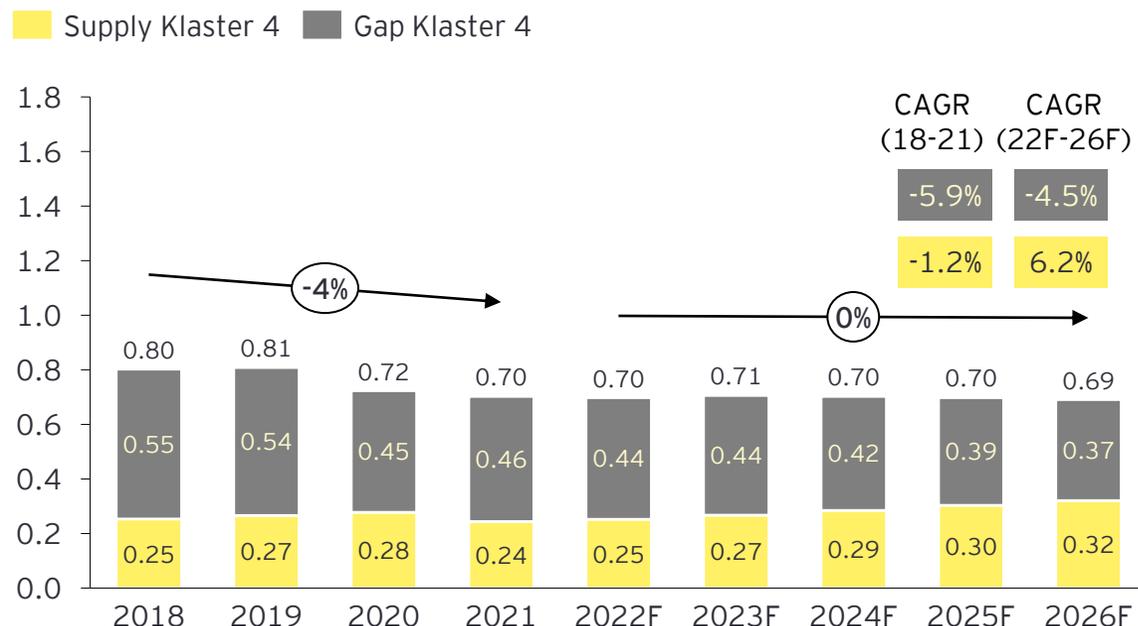
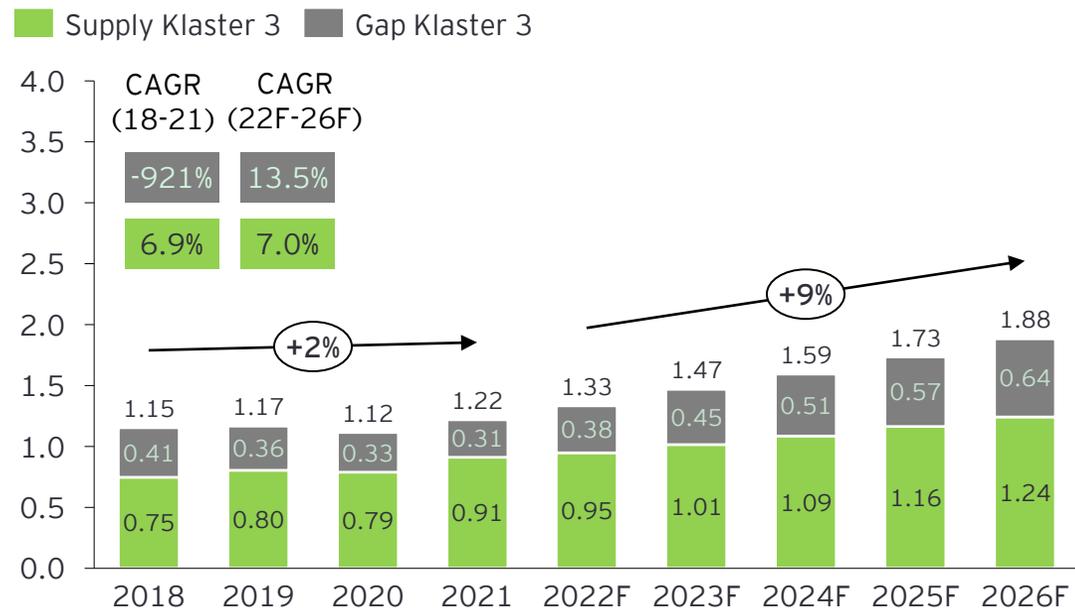
Catatan: *) Angka-angka ini dikalkulasi berdasarkan kondisi *as-is*, dan asumsi ini tidak mengikutsertakan perubahan dalam perilaku pada pemain *financing*, pemerintah dan *stakeholders* UMKM lainnya

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, BI, OJK, BPS, Analisis EY Parthenon

Bisnis dengan skala besar dan kapabilitas di klaster 3 mempunyai *financing gap* terkecil sedangkan *demand* untuk klaster 4 menurun karena bisnis berpindah ke klaster lainnya

Historikal and Proyeksi *Financing Demand* UMKM*

IDR '000 Tn, 2018-2026F



Klaster 3 - Kelompok Bisnis Unggul

- ▶ Dengan bisnis-bisnis dianggap mempunyai kapabilitas tertinggi, institusi-institusi sangat bersedia untuk terus memberikan pendanaan
- ▶ Tetapi seiring dengan pertumbuhan yang cepat pada literasi, finance gap pada klaster ini membesar lebih cepat dibandingkan klaster lainnya
- ▶ Bank dan fintech harus kolaborasi untuk menghasilkan pendanaan lebih lanjut untuk klaster ini dengan menggunakan dana bank dan jangkauan fintech

Klaster 4 - Kelompok Bisnis Konvensional Bertahan

- ▶ Kurang nya Bisnis-Bisnis Konvensional Bertahan akan kesadaran literasi diberikan jumlah pendanaan yang lebih kecil oleh institusi jika dibandingkan dengan bisnis yang bertumbuh
- ▶ Seiring dengan bisnis-bisnis ini meningkatkan kemampuan kapabilitasnya, bisnis di klaster ini akan semakin menurun mengarah ke berkurang nya *demand*
- ▶ Kebijakan yang akan membantu perkembangan bisnis harus menjadi prioritas disbandingkan *financing* karena *demand* terus menurun

Catatan: *) Angka-angka ini dikalkulasi berdasarkan kondisi *as-is*, dan asumsi ini tidak mengikutsertakan perubahan dalam perilaku pada pemain *financing*, pemerintah dan *stakeholders* UMKM lainnya

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, BI, OJK, BPS, Analisis EY Parthenon

Berdasarkan interaksi kami dengan *stakeholders*, *benchmarks* pada negara lain, dan urgensi kebijakan, kami percaya adanya potensi untuk meningkatkan kebijakan (1/3)

Stakeholder	Prinsip panduan kebijakan	Definisi dan penalaran	Potensi dampak
 OJK	 Meningkatkan batas limit pinjaman untuk <i>small to medium enterprises</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Terdapat perbedaan kebutuhan pendanaan untuk setiap tingkat UMKM seperti kebutuhan dari perusahaan mikro akan berbeda baik dengan perusahaan kecil dan perusahaan menengah. Dengan batas limit pinjaman saat ini yaitu Rp 2 Miliar, ini tidak dapat memenuhi ke tingkat UMKM yang berbeda beda, karena itu mereka memerlukan pinjaman dari berbagai subjek 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Meningkatkan batas limit pendanaan untuk UMKM akan sangat mengakomodasi pertumbuhan UMKM ▶ Tingkat pinjaman yang tinggi akan menguntungkan fintech karena batas tersebut akan membuat pinjaman UMKM dari sumber yang berbeda
 Kementerian Koperasi dan UKM	 Platform registrasi bisnis untuk E-KYC	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Sebagian besar bisnis ultra mikro dan mikro tidak ter-registrasi dalam data pemerintah sebagai bisnis yang akan berdampak pada fintech karena mereka perlu untuk mengeluarkan dana lebih untuk mengkonfirmasi legitimasi bisnis ultra mikro dan mikro tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Membentuk platform digital akan memudahkan registrasi bisnis-bisnis yang akan membantu meningkatkan E-KYC untuk fintech dan pada bisnis-bisnis untuk menguntungkan platform tersebut
 Kementerian Keuangan	 Regulasi berdasarkan jaminan dan asuransi untuk penggunaan dana	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dengan keberadaan asuransi dalam pinjaman, akan ada aturan yang dibuat oleh <i>lender</i> baik untuk borrower dan lender yang harus dipatuhi (dalam bentuk kontrak) ▶ Asuransi berguna jika terjadi suatu masalah dan bisa di-klaim oleh perusahaan sebagai <i>coverage</i> dari <i>lender</i> yang berfungsi sebagai jaminan agar dana tersebut akan digunakan untuk kegiatan bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kebijakan yang menjamin bahwa UMKM yang meng-klaim asuransi dari <i>lender</i> harus menggunakan pendanaan khusus untuk keperluan produktif

Berdasarkan interaksi kami dengan *stakeholders*, *benchmarks* pada negara lain, dan urgensi kebijakan, kami percaya adanya potensi untuk meningkatkan kebijakan (2/3)

Stakeholder	Prinsip panduan kebijakan	Definisi dan penalaran	Potensi dampak
 <p>KEMENTERIAN KEUANGAN SEKRETARIAT JENDERAL</p>  <p>Kementerian Keuangan & Pemerintah</p>	 <p>Memperkuat definisi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mendefinisikan ulang klasifikasi UMKM untuk memperkuat dampak dan inisiatif yang dibuat untuk memenuhi tingkat UMKM yang benar yang dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ UMKM yang didefinisikan ulang dapat memberikan bisnis-bisnis seperti bisnis ultra mikro untuk menerima konsultasi dari agensi pemerintah, dan dengan mudah melegalkan bisnis mereka sesuai dengan tingkat risikonya ▶ UMKM yang didefinisikan ulang dapat memberikan fintech untuk lebih mengerti cara melayani dan product/service offering yang menarik untuk UMKM
 <p>KEMEN KOPUKM Kementerian Koperasi dan UKM Rapat & Inovasi</p> <p>Kementerian Koperasi dan UKM, sebagai tambahan terbuka untuk semua kementerian dan pemerintah</p>	 <p>Digital dan edukasi literasi finansial untuk UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Walaupun institusi pemerintah menganjurkan korporisasi kepada UMKM dengan memberikan kemudahan akses melalui platform online untuk proses administrative, masih banyak UMKM yang tidak terdigitalisasi, menghasilkan korporisasi yang tidak efektif ▶ Sebagai tambahan, UMKM yang memiliki kekurangan akan literasi digital, belum mengajukan legalisasi bisnis mereka dan tidak menyadari kepentingan dari legalisasi tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kebijakan atau program yang mengedukasi atau memandu UMKM yang memiliki literasi digital yang rendah akan ▶ Tingginya literasi digital dan finansial pada UMKM akan memudahkan operasional untuk fintech karena hal tersebut dapat mengurangi risiko NPL

Berdasarkan interaksi kami dengan *stakeholders*, *benchmarks* pada negara lain, dan urgensi kebijakan, kami percaya adanya potensi untuk meningkatkan kebijakan (3/3)

Stakeholder	Prinsip panduan kebijakan	Definisi dan penalaran	Potential Impact
 <p>djp Tax Directorate General</p>	 <p>Pelonggaran dalam perpajakan dan insentif</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dikarenakan sebagian besar perusahaan ultra mikro dan mikro yang berada dalam <i>subsistence group</i> cenderung untuk mempertahankan kesehatan finansial, berbagai pelonggaran pajak dapat diberlakukan ▶ Insentif pajak juga menguntungkan kepada <i>lender</i> yang dapat mendorong mereka untuk bersedia memberikan pendanaan kepada proyek-proyek atau UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kebijakan tambahan pada pajak dapat memudahkan perusahaan mikro dan ultra mikro untuk bertumbuh karena dapat menurunkan pengeluaran untuk operasional bisnis mereka ▶ Fintech dapat lebih mudah mencari lender, terutama yang ingin fokus pada UMKM seiring dengan ketersediaan mereka meningkat
 <p>Bank Indonesia</p>	 <p>Utilisasi QRIS untuk skoring</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Masalah UMKM terhadap mendapatkan pendanaan disebabkan oleh tidak tersedia asset sebagai jaminan; Sebagian besar adalah perusahaan yang memiliki ukuran bisnis yang kecil ▶ Kebijakan yang dapat mendorong UMKM untuk menggunakan QRIS dapat membantu mereka dengan cara menggunakan <i>cashflow history</i> sebagai alat skoring yang bisa menguntungkan UMKM karena mereka dapat menerima dana lebih cepat 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ UMKM yang menggunakan QRIS dapat menerima dana lebih cepat karena sistem mengizinkan transaksi diselesaikan selama 24/7 secara <i>real time</i> yang dapat menguntungkan baik UMKM dan fintech dalam skoring sistem mereka