

Rintisan

VOLUME
13

STARTUP • TALENTA DIGITAL • IDE • INOVASI

Edisi:

Financial Technology

In-Depth

Apa Itu *Fintech* dan Bagaimana Mereka Memengaruhi Kehidupan Kita?

Profil Startup

Career.Support: Mitra Pusat Karir Terintegrasi

Profil Komunitas

Indorelawan: Menghubungkan Komunitas dan Relawan

In-Depth

Tips *Leader* Bisa Jadi Pelatih Handal untuk Anggota Timnya

GERAKAN NASIONAL
1000
STARTUP DIGITAL


KOMINFO

BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

ILUSTRASI COVER OLEH NGRH YUDHA

Susunan Redaksi

PENGARAH

Semuel Abrijani Pangerapan

PEMBINA

Bonifasius Wahyu Pudjianto

PENANGGUNG JAWAB & PEMIMPIN REDAKSI

Sonny Sudaryana

EDITOR

Fadhila Hasna Athaya

Maria Sattwika Duhita

Putranto Adhi Nugroho

PENULIS

Aulia Mahiranissa

Mayasti Dwidya Nastiti

Sofy Nito Amalia

DESAIN & LAYOUT

Rizka Irjayanti

ILUSTRASI

Ngrh Yudha

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja

Fahmi Riskian

Surat dari Redaksi

Fintech dan Dampaknya Bagi Perekonomian Indonesia

Saat ini, negara-negara di dunia sedang berjuang untuk mengatasi dampak kesehatan, sosial, dan ekonomi dari pandemi Covid-19. Dampak dari pembatasan sosial yang membatasi interaksi fisik telah melemahkan perekonomian global, menekan sektor riil, dan menyebabkan banyak pengangguran, termasuk di Indonesia. Namun, pada saat yang sama, hal itu membuat semakin cepat adopsi masyarakat dalam menggunakan teknologi dan inovasi, baik untuk bertahan hidup, maupun untuk mempercepat proses pemulihan ekonomi. Hal ini jelas menghadirkan peluang besar bagi industri jasa keuangan digital kita, terutama startup *fintech* (teknologi keuangan).

Ekosistem *fintech* Indonesia merupakan salah satu yang paling kompetitif dan dinamis di ASEAN terbukti dengan munculnya empat unicorn dan satu decacorn di sektor *fintech* tersebut. Indonesia adalah rumah bagi 20 persen dari semua perusahaan *fintech* di Asia Tenggara, yang diperkirakan akan menghasilkan pendapatan US\$8,6 miliar selama lima tahun ke depan, meskipun masih dalam tahap awal (aseanbriefing.com).

Sebagai dampak dari perkembangan tersebut, *fintech* secara bertahap akan mengubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi keuangan seperti menabung, meminjamkan uang, membayar dan berinvestasi. Kemudian, dengan bertambahnya pula konsumen yang melek digital yang terus meningkat, *fintech* diharapkan mampu membawa inklusi keuangan di negara-negara berkembang untuk menjangkau populasi yang belum terlayani jasa keuangan. Dengan inovasi teknologinya, *fintech* dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang belum memenuhi kriteria untuk mengakses atas pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tradisional sehingga kesenjangan pembiayaan semakin berkurang.

Kini, ekosistem jasa keuangan tidak hanya eksklusif bagi bank dan perusahaan *multifinance* saja. Revolusi teknologi tersebut didorong oleh startup-startup yang mengubah tatanan ekosistem jasa keuangan dengan membawa model bisnis, produk, dan layanan yang inovatif.

Untuk itu, RINTISAN edisi ini akan mengajakmu mengenali lebih dalam tentang apa itu *fintech*, bagaimana perkembangannya di Indonesia, seperti apa perannya dalam meningkatkan inklusi keuangan, dan seperti apa model bisnis yang dijalankan. Selain itu, seperti biasa, kami menyajikan juga berbagai rekomendasi materi untuk kamu coba terapkan dalam startupmu, seperti tentang bagaimana menyeimbangkan strategi dan eksekusi, bagaimana menjadi CEO yang mampu berperan sebagai pelatih bagi timnya, dan bahaya di balik budaya perusahaan yang terlampau "baik". Kamu juga dapat menemukan cerita inspiratif dari pegiat ekosistem digital Indonesia yang berfokus pada industri *fintech* di edisi ini.

Tim Redaksi



“ Banyak kemudahan yang diberikan oleh *fintech* yang telah membuat layanan jasa keuangan lebih inklusif. ”

Fintech untuk Layanan Jasa Keuangan yang Inklusif

Semuel Abrijani Pangerapan

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Penetrasi inovasi digital telah melanda seluruh industri keuangan “konvensional” di dunia, termasuk Indonesia. *Fintech* kini telah melayani sebagian besar lapisan masyarakat kita. Inovasi digital dari *fintech* telah melengkapi, bahkan mengubah model bisnis dan struktur persaingan antar pelaku industri keuangan. Industri *fintech* adalah salah satu sektor yang paling banyak mendapatkan pendanaan dari investor dan didominasi oleh platform peer-to-peer (P2P) lending dan e-payment.

Banyak kemudahan yang diberikan oleh *fintech* yang telah membuat layanan jasa keuangan lebih inklusif. Sebagai contohnya, startup *fintech* dapat memberikan pinjaman secara cepat dengan mengefisienkan tahapan dari alur konvensional. Tidak terbayangkan bahwa kini perusahaan tidak memerlukan wawancara tatap muka ketika pelanggan mengajukan pinjaman. Bagi masyarakat Indonesia yang tinggal di pelosok, jika untuk mengakses layanan jasa keuangan itu membutuhkan tatap muka, tentu akan menyulitkan mereka karena harus melakukan perjalanan panjang untuk datang ke kantor cabang. *Fintech* membuat proses KYC (know your customer) atau prinsip penting yang digunakan oleh bank/layanan jasa keuangan untuk mengenali dan mengetahui identitas seorang pelanggan lebih mudah karena teknologi digital telah memungkinkan hal tersebut. Semua proses layanan jasa keuangan kini dapat dilakukan secara online. Dengan membuat proses

peminjaman dan pembayaran yang sederhana, serta melengkapi layanannya dengan fitur-fitur yang mendorong transformasi digital, *fintech* dapat membantu bisnis beradaptasi dengan cara baru berbisnis.

Tak kalah pentingnya, perkembangan *fintech* juga memicu para pemain besar di sektor jasa keuangan, seperti bank dan perusahaan *multifinance* untuk menangkap peluang tersebut dengan cara berkolaborasi dengan startup *fintech*. Kolaborasi ini saling menguntungkan karena mereka dapat belajar dari pengalaman satu sama lain tentang cara terbaik untuk melayani kepentingan konsumen dan bersama dapat mendorong percepatan transformasi digital.

Indonesia siap menjadi salah satu ekosistem *fintech* terbesar di dunia karena negara kita didominasi populasi muda (usia rata-rata adalah 30,2 tahun) yang ingin mengadopsi teknologi digital. Ada banyak layanan jasa keuangan yang belum diadopsi masyarakat, seperti asuransi dan saham. Menurut MEDICI Indonesia *Fintech Report* 2021, hanya 2% orang Indonesia yang memiliki asuransi swasta dan hanya sekitar 2% orang Indonesia yang berpartisipasi di pasar saham.

Yang saya sebutkan di atas baru sedikit dari banyak fenomena di lanskap ekosistem *fintech* Indonesia. Saya harap, Anda dapat menyelami lebih dalam tren perkembangannya dalam Rintisan edisi *Fintech* ini.

Daftar Isi

SURAT DARI REDAKSI

Fintech dan Dampaknya Bagi Perekonomian Indonesia 3

PRAKATA DIRJEN APTIKA

Fintech untuk Layanan Jasa Keuangan yang Inklusif 5

IN-DEPTH

Apa Itu Fintech dan Bagaimana Mereka Memengaruhi Kehidupan Kita? 8

IN-DEPTH

Fintech di Asia Pasifik 14

REKOMENDASI

Buku, Film, & Podcast 20

IN-DEPTH

Menuju Masyarakat Melek Keuangan, Harus Mulai Dari Mana? 26

IN-DEPTH

Seperti Apa Evolusi *Fintech*? 32

Financial Technology

IN-DEPTH

Sejarah *Crowdfunding* 36

IN-DEPTH

Budaya Perusahaan Terlalu Bagus,
Baik atau Tanda Bahaya? 40

IN-DEPTH

Tips *Leader* Bisa Jadi Pelatih Handal
untuk Anggota Timnya 46

IN-DEPTH

Tiga Fase bagi CEO Baru untuk
Menyeimbangkan Strategi dan Eksekusi 54

PROFIL STARTUP

Career.Support: Mitra Pusat Karir Terintegrasi 58

PROFIL KOMUNITAS

Indorelawan: Menghubungkan Komunitas dan Relawan 66

DIREKTORI STARTUP

Direktori Startup *Financial Tech* 72

Apa Itu *Fintech* dan Bagaimana Mereka Memengaruhi Kehidupan Kita?



Saat kamu sedang mengakses internet, ternyata kuotamu habis. Tanpa pikir panjang, kamu segera membeli kuota dan membayarnya menggunakan dompet digital. Siang harinya, kamu perlu pergi ke suatu tempat dan memesan ojek daring. Tanpa perlu menggunakan uang fisik untuk membayar jasa ojek, kamu sudah bisa bertransaksi secara *cashless*. Malam setelah pulang bekerja, kamu ingin bersantai dan main *game* bareng bersama teman-temanmu secara daring. Tapi, *coin* di permainan habis, jadi kamu harus membeli *voucher game* lewat *platform* pembayaran seperti Google Pay.

Lantas, bagaimana
fintech bekerja?



Pada dasarnya *fintech* menyederhanakan transaksi keuangan menggunakan teknologi. Tujuannya untuk mempercepat transaksi dan membantu individu atau bisnis dalam menggunakan layanan keuangan.

Bayangkan kamu memiliki bisnis *online shop* dengan produk yang dijual adalah baju. Dengan menggunakan *fintech*, kamu dapat mengakses akun rekening dalam waktu 24 jam, tanpa harus menunggu bank buka terlebih dulu di keesokan harinya. Maka, operasional bisnismu akan lebih lancar. Para pelanggan bisa berbelanja di waktu kapan pun mereka suka. Bahkan mendulang untung dengan berjualan produk ketika *midnight sale* rasanya jauh lebih mudah, karena kamu bisa langsung mengecek pembayaran yang sudah diterima di rekening *online shop*.

Ini bisa terjadi karena *fintech* menggunakan teknologi untuk menjalankan aktivitas perbankan. Di mana hal ini harus selaras dengan undang-undang dan peraturan yang mengatur perbankan serta teknologi yang digunakan di dalamnya. Untuk itu, bank dan lembaga keuangan yang bekerja sama dengan perusahaan *fintech*, harus memastikan bahwa *platform* yang digunakan mematuhi peraturan dan undang-undang tentang perbankan yang berlaku di daerah tersebut. Tidak hanya itu saja, perusahaan *fintech* juga harus tetap update dengan peraturan baru atau perubahan peraturan yang memengaruhi regulasi dan operasional dari industri perbankan.



Kemudian, seperti apa jenis-jenis *fintech* yang ada saat ini?



Pembayaran Digital dan Dompot Digital

Bertransaksi secara digital kini lebih mudah dengan pembayaran digital dan dompet digital. *Fintech* ini memungkinkanmu untuk mentransfer uang ke pihak lain secara cepat, tanpa harus memiliki nomor rekening bank. Pada umumnya, pihak *fintech* membutuhkan nomor telepon aktif dan alamat email untuk verifikasi data pengguna, sebagai ganti dari nomor rekening.



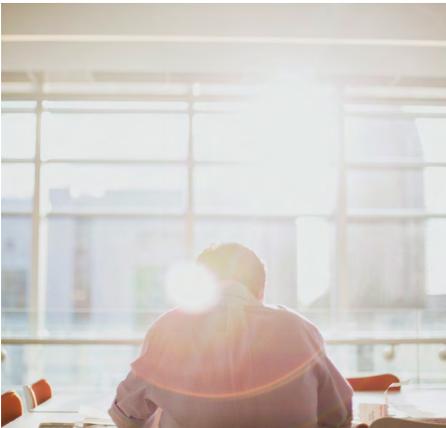
Pinjaman

Jenis *fintech* makin bervariasi dan menghadirkan layanan pinjaman untuk masyarakat. Pinjaman ini bisa digunakan untuk keperluan pribadi, atau keperluan bisnis. Ada pula layanan *fintech* dengan nama P2P lending (*peer to peer lending*), di mana mereka mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman. Tujuannya untuk melakukan perjanjian pinjam meminjam melalui sistem elektronik menggunakan jaringan internet.



Mobile Banking

Mobile banking juga disebut dengan perbankan selular. Seiring dengan naiknya kebutuhan masyarakat akan perbankan digital, fasilitas perbankan selular juga terus ditingkatkan. Mayoritas saat ini perbankan konvensional pun sudah memiliki platform perbankan selular masing-masing.



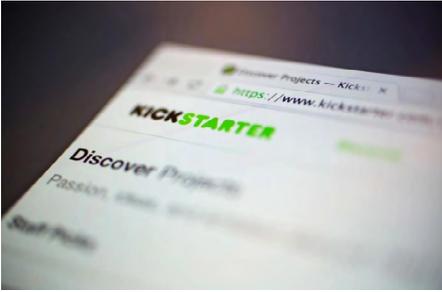
Pertanggunggaan

Kini untuk memiliki asuransi semakin mudah karena pengajuannya bisa lewat daring. Tidak perlu repot mengatur janji dengan pihak agen asuransi karena kamu bisa memilih layanan mereka hanya dengan aplikasi. Jenis fintech ini meliputi pertanggunggaan jiwa, kesehatan, penyakit kritis, kendaraan, dan lain-lain.



Aplikasi Investasi

Sekarang investasi sudah semakin inklusif dipahami oleh masyarakat luas, tidak hanya terbatas di kalangan orang dengan golongan ekonomi tingkat atas saja. Perusahaan fintech justru melebarkan jangkauannya dengan mengajak investor ritel dan bisa berinvestasi dalam jumlah kecil menggunakan aplikasi daring.



Penggalangan Dana

Fintech ini mungkin lebih dikenal dengan nama crowdfunding. Mereka mengumpulkan dana dari pihak yang membutuhkan dana dan yang ingin mengirimkan dana di sebuah platform daring.



Hipotek

Layanan fintech hipotek secara daring memiliki tujuan untuk mempersingkat proses pembelian rumah, di antaranya membandingkan persyaratan pengajuan rumah secara daring.

Fintech secara lebih luas, mencakup pengembangan dan penyebaran mata uang digital, misalnya cryptocurrency, yakni pertukaran yang menghubungkan pengguna untuk membeli atau menjual mata uang mereka. Mata uang digital ini disimpan secara terdesentralisasi di mana transaksi uangnya menggunakan teknologi blockchain.

Dengan beberapa jenis perusahaan fintech di atas, mereka menggugulkan layanan pengalaman

perbankan yang cepat, mudah, serta meminimalkan dokumen fisik. Namun fintech memiliki beberapa kekurangan yaitu tidak memiliki cabang fisik yang bisa dengan mudah didatangi oleh pengguna apabila mereka membutuhkan layanan secara offline. Sementara beberapa orang lebih senang mendiskusikan apa yang mereka butuhkan secara langsung dan datang ke kantor cabang.

Kesimpulannya, *fintech* akan lebih tepat digunakan oleh masyarakat yang sudah siap menerima revolusi digital sepenuhnya. Sedangkan sisanya, bisa menggunakan layanan perbankan tradisional atau perpaduan antara perbankan tradisional dan *fintech*. Kalau kamu, termasuk masyarakat yang mana?

Fintech di *Asia Pasifik*



Dilansir dari situs [ey.com](https://www.ey.com), sejak tahun 2015 dan setiap dua tahun, Indeks Adopsi *Fintech* Global EY telah melacak peningkatan *fintech* di seluruh dunia. Khususnya di area Asia-Pasifik, tingkat adopsi tumbuh lebih cepat dari perkiraan, dan melonjak menjadi 63% pada tahun 2019. Peningkatan ini hadir seiring dengan harapan konsumen yang terus berubah akan penggunaan layanan *fintech*.



Jenis teknologi dan digitalisasi yang semakin meluas berpengaruh pada ekspektasi dan perilaku konsumen perbankan yang juga ikut berubah. Konsumen akan semakin nyaman jika bisa menggunakan layanan tanpa adanya gangguan (*seamless*). Konsumen juga senang jika penyedia layanan punya banyak kanal sehingga mudah untuk dihubungi. Selain itu, faktor kecepatan layanan ketika konsumen beraktivitas seperti berbelanja daring atau saat menggunakan aplikasi juga merupakan hal penting di mata konsumen.

Jika dilihat lebih jauh dari sudut pandang konsumen atau pengguna, produk yang dihadirkan oleh lembaga keuangan dan layanan penyedia keuangan sangat berpengaruh pada aktivitas keseharian dan gaya hidup. Konsumen menginginkan pembukaan rekening dengan mudah, menabung, membayar tagihan rumah atau kendaraan, mencadangkan dana liburan, bahkan mengatur pengeluaran harian hingga membayar premi asuransi dan dana pensiun. Semua ini termasuk dalam gaya hidup yang sudah menjadi prioritas, terutama gaya hidup konsumen digital.

Kebutuhan dan gaya hidup inilah yang kemudian didengar dan diadopsi oleh *fintech* ke dalam produk dan layanan mereka. Seperti yang dipublikasikan melalui studi kasus dari laporan *Fintech Adoption Index EY*, proposisi nilai *fintech* berfokus pada:

Lokalisasi

Penyedia layanan keuangan harus memahami bagaimana pasar berbeda di tiap wilayah atau daerah.

Pengalaman Konsumen dari Hulu ke Hilir

Memastikan bahwa komunikasi dan umpan balik dari penyedia layanan kepada konsumen, dan berusaha memahami sudut pandang serta memenuhi kebutuhan mereka.

Personalisasi

Menawarkan pengalaman yang memenuhi kebutuhan konsumen dan menarik mereka menjadi pelanggan loyal dengan mengaktifkan penyesuaian layanan secara mandiri.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa konsumen di area atau wilayah tertentu punya harapan untuk bisa menggunakan produk keuangan sebagai bagian dari pengalaman pembelian lainnya. Inilah yang harus diakomodasi dengan tepat oleh *fintech*, yaitu adanya personalisasi, mudah diakses, transparan, tanpa hambatan, hemat biaya, dan tampilan API (Application Program Interface) yang ramah pengguna. Proposisi nilai *fintech* ini cukup menarik bagi konsumen dan bisa menciptakan ancaman bagi bank, perusahaan asuransi, hingga manajer investasi.

Di sisi lain, *fintech* harus memenuhi regulasi yang ada sebagai penyedia jasa keuangan. Artinya, apa saja yang dianggap baru dan disruptif telah jadi syarat utama yang harus dipenuhi oleh semua penyedia jasa keuangan. Hal ini berdampak pada bagaimana strategi layanan keuangan tradisional dan *fintech* untuk bisa menarik hati dan mempertahankan pelanggan.

Berkaitan dengan proposisi nilai pada *fintech* yaitu lokalisasi, berikut merupakan data rata-rata preferensi pasar di beberapa daerah di dunia yang dilansir dari situs ey.com

Responden di **Australia** mengutamakan **harga layanan** sebagai prioritas (sebanyak 35%), dilanjutkan dengan **kemudahan** dan akses ke **fitur inovatif** (16%).



Sedangkan di **China**, sebanyak 31% responden menginginkan **pengalaman pelanggan** lebih baik, produk lebih **inovatif** (23%), tarif dan **biaya** yang menarik (17%), serta **kemudahan orientasi** (7%).



Di **Hongkong**, 29% responden memilih **tarif dan biaya yang menarik** adalah prioritas utama, dilanjutkan dengan **kemudahan orientasi** dan **pengalaman pengguna** di urutan kedua (16%).



Lain halnya di **Jepang** yang lebih mengutamakan **harga yang menarik** (41%), **kemudahan orientasi** (21%), dan **pengalaman** yang lebih baik (3%).



Di **Korea Selatan**, **harga** (34%) dan **kemudahan orientasi** (31%) hampir bersaing.



Sedangkan di **Singapura**, responden lebih memilih **harga yang menarik** (36%) dan produk layanan yang **inovatif** dibandingkan institusi tradisional (20%).



Yang menarik, hampir seperempat responden **China** memilih **bertahan** untuk **fitur produk** dan **kualitas layanan** yang lebih baik. Ini menandakan kepuasan secara umum terhadap perusahaan layanan keuangan milik negara.



Sedangkan responden di **Australia, Hongkong, Jepang, Singapura, dan Korea Selatan**, lebih sensitif terhadap **harga produk** dan **layanan yang menarik**. Ini menandakan institusi tradisional bisa saja lebih unggul daripada *fintech* asalkan memberi penawaran harga produk yang bersaing.



Di **Jepang**, sebanyak 32% responden mengatakan **tidak memahami tentang fintech**. Ini sebuah peluang besar bagi layanan keuangan tradisional untuk berfokus mengembangkan produk dan layanan berbasis proposisi nilai yang biasa dianut oleh *fintech* demi mendapatkan kepercayaan pelanggan.



Kesimpulannya, di seluruh kawasan, terutama di Asia Pasifik, alasan paling umum dari responden yang tetap mempercayai lembaga keuangan yang sudah ada (lembaga keuangan konvensional) karena:



1. Konsumen belum memahami dan menyadari cara kerja dari *fintech*
2. Memiliki kepercayaan yang besar terhadap lembaga institusi tradisional, terutama di daerah seperti China, Hongkong, Singapura, dan Korea Selatan.

Rekomendasi

Buku, Film, & Podcast

Telah dikurasi, tinggal diresapi, dinikmati,
dan dibagi pada teman-teman lainnya!



Pada edisi kali ini, kami telah memilih sumber-sumber inspirasi yang akan membantumu untuk menyelami tentang *fintech* lebih dalam. Kami harap, kamu dapat menemukan hal yang dapat diterapkan dalam karya-karyamu ke depannya!

Podcast



FinTech Insider (11:FS)

Siaran podcast bergaya radio *online* ini dibawakan oleh David Brear, Jason Bates, dan Simon Taylor. Informasi penting seputar *fintech* dikemas dengan pembawaan santai. Ada tambahan bumbu humor yang membuat obrolan berfaedah terdengar menyenangkan.

DENGARKAN DI

<https://fi.11fs.com>



Breaking Banks

Brett King menjadi tuan rumah *podcast fintech* yang di dalam siarannya membedah topik keuangan bersama bintang tamu terkemuka di sektor ini. Mereka membahas perilaku konsumen, inovasi teknologi, hingga evolusi *fintech*.

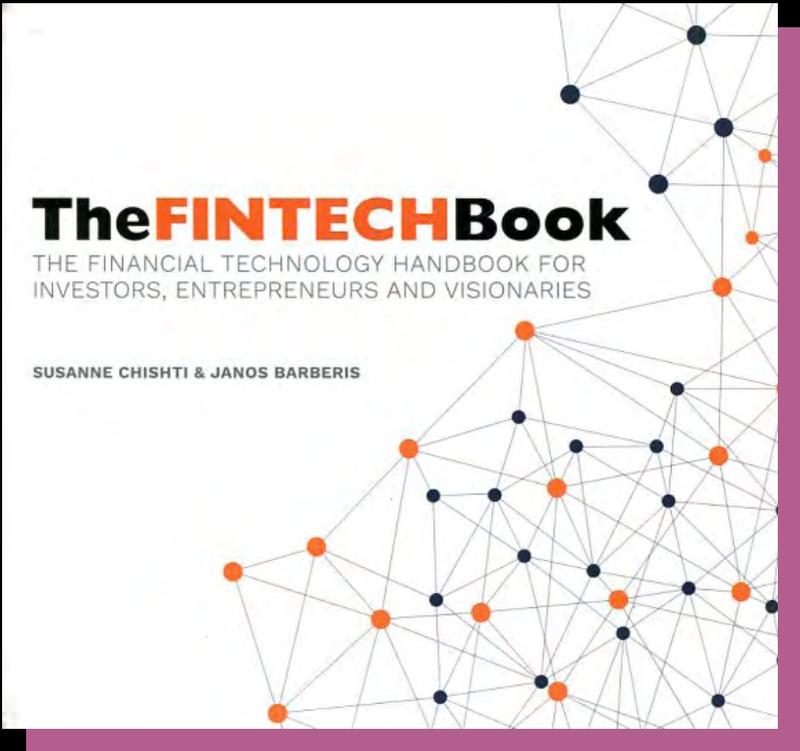
DENGARKAN DI

<https://podcasts.apple.com/breaking-banks>

JANOS BARBERIS DAN SUSANNE CHISHTI

The Fintech Book

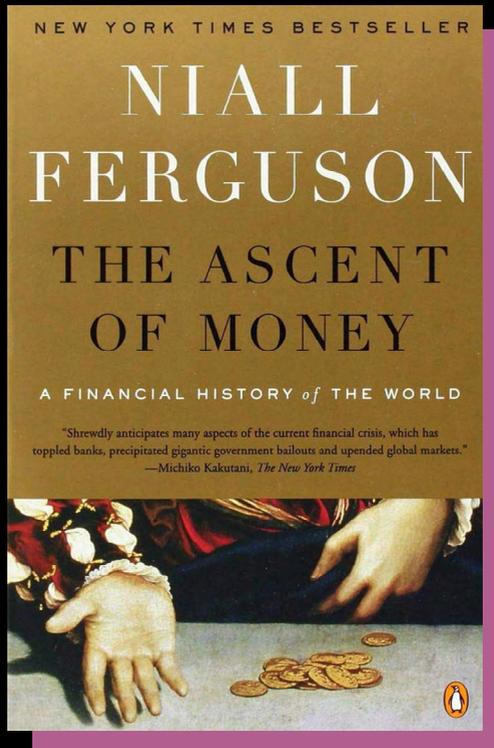
Ditulis oleh para pakar terkemuka, buku ini memberi wawasan dan panduan untuk menjawab segudang pertanyaan kamu tentang *fintech*. Perkembangan sektor industri dijelaskan secara rinci. Sebagai *fintech* enthusiast, kamu dapat memetik pelajaran dari kisah sukses dan pemikiran kritis para praktisi andal yang dituang ke dalam buku ini.

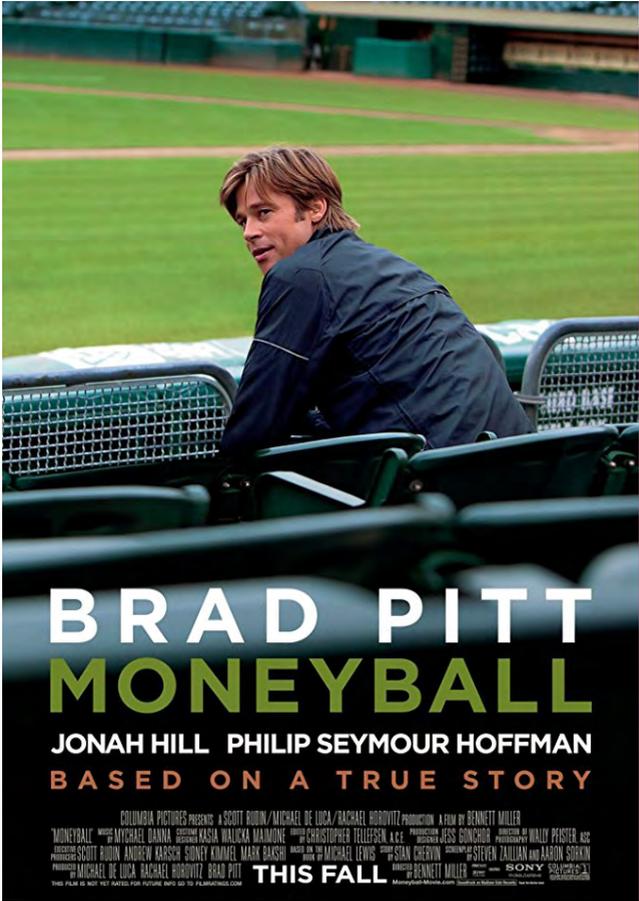


NIALL FERGUSON

The Ascent of Money

Apa itu uang? Apa perbedaan saham dan obligasi? Apa alasan membeli asuransi? Niall Ferguson mengupas konsep dasarnya di sini. Lewat buku ini, kamu dapat membekali informasi evolusi keuangan yang membentuk sejarah modern. Dijelaskan pula bagaimana uang dan kredit berkembang secara berdampingan, serta membahas peristiwa yang masih terjadi dalam sistem perbankan saat ini.

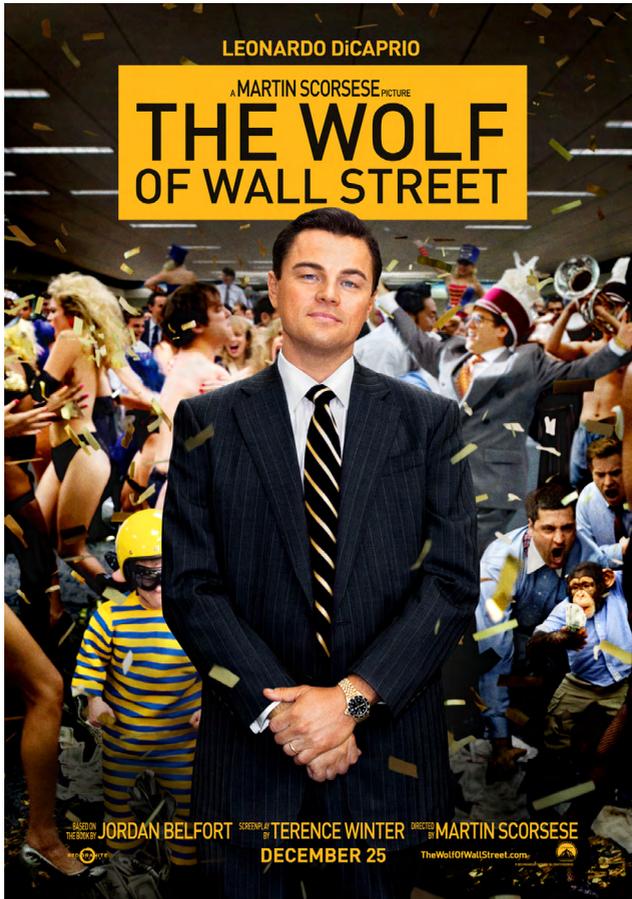




2011

Moneyball

Film yang dirilis tahun 2011 ini menunjukkan contoh nyata dari perkembangan tren berskala besar di industri keuangan. Dihadapkan dengan masalah anggaran yang terbatas untuk pemain, Billy Beane dan Peter Brand menggunakan metode sabermetrik saat mengevaluasi pemain untuk membentuk tim baseball berkualitas.



2013

The Wolf of Wall Street

Film kriminal dengan unsur dark comedy ini diangkat dari kisah nyata Jordan Balfort. Menceritakan tentang perjalanan karier Balfort sebagai stockbroker di New York hingga momen kejatuhannya yang melibatkan tindakan kriminal, korupsi, dan pemerintahan federal.



In-Depth

Menuju Masyarakat Melek Keuangan, Harus Mulai Dari Mana?

Salah satu ciri negara maju yang bisa kita tiru adalah masyarakatnya melek keuangan.

Dengan memahami tentang keuangan, maka taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat di suatu negara bisa meningkat karena akses keuangan yang sudah terbangun. Contohnya adalah masyarakat yang bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan layanan keuangan dari tingkat yang paling sederhana, misalnya memiliki rekening di bank.

Selanjutnya, masyarakat yang melek keuangan, bisa menjadi lebih berkembang karena memiliki produk dan keuangan lain yang mendukung. Sebut saja tentang pembiayaan, dana pensiun, dana darurat, asuransi, hingga investasi. Salah satu cara untuk bisa mencapai masyarakat yang melek keuangan adalah lewat inklusi keuangan.

Lalu, apakah inklusi keuangan itu?

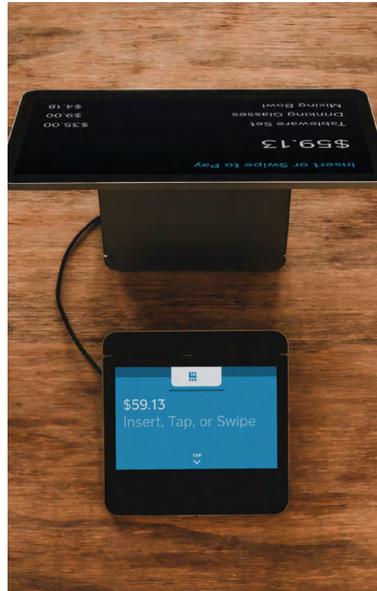


Menurut Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif, pengertian inklusi keuangan adalah kondisi di mana seluruh anggota masyarakat memiliki akses terhadap layanan keuangan formal yang berkualitas, tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Cakupan masyarakatnya digolongkan sebagai orang dewasa yang memiliki rekening lembaga keuangan, misalnya di bank, atau di lembaga keuangan jenis lain, misalnya credit union, Lembaga Keuangan Mikro (LKM), koperasi, atau memiliki kartu debit atas namanya sendiri.

Menurut Bank Dunia, inklusi keuangan merupakan faktor yang bisa mengurangi kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan. Sejak Juni 2012, Indonesia juga memiliki komitmen dalam inklusi keuangan melalui Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI), sama seperti 55 negara lain yang sejak 2010 telah membuat komitmen untuk inklusi keuangan.

Tujuan adanya SNKI adalah untuk mempro-mosikan inklusi keuangan agar akses perbankan dan layanan keuangan lain bisa dimanfaatkan secara masyarakat oleh lebih banyak orang. Selain itu, sasaran lainnya adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, mengentaskan kemiskinan, serta mengurangi ketimpangan masyarakat Indonesia.



Lantas, siapa sasaran dari SNKI?



Seperti yang telah dijelaskan di awal, targetnya adalah masyarakat yang masih punya akses yang terbatas ke layanan keuangan formal. Misalnya masyarakat berpenghasilan rendah, UMKM, masyarakat dengan domisili terpencil, pekerja migran, perempuan, penyandang disabilitas, pelajar, perguruan tinggi mahasiswa, dan pemuda. Menurut survei nasional yang dilakukan OJK tahun 2013, indeks literasi keuangan publik adalah 21,8% yang mana tergolong rendah. Masyarakat lebih tertarik pada investasi atau penawaran keuangan lain yang berpotensi menyebabkan kerugian, akibat dari

kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk keuangan. Indeks inklusi keuangan pada tahun 2013 sebesar 59,7 persen. Artinya hanya setengah dari orang dewasa yang memiliki rekening di layanan keuangan formal, termasuk perbankan, asuransi, perusahaan pembiayaan, pasar modal, dan dana pensiun.

Agar literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia bisa meningkat, OJK dan layanan keuangan lainnya melakukan kampanye nasional literasi keuangan. Beberapa program yang dibuat antara lain:

- **Simpanan Pelajar (SimPel)**
- **Simpanan Mahasiswa dan Pemuda (SiMuda)**
- **Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD)**
- **Bank Wakaf Mikro (BWM)**
- **Kredit Usaha Rakyat (KUR)**
- **Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai)**
- **Pusat Edukasi, Layanan Konsumen & Akses Keuangan UMKM (PELAKU)**
- **Layanan Keuangan Mikro**



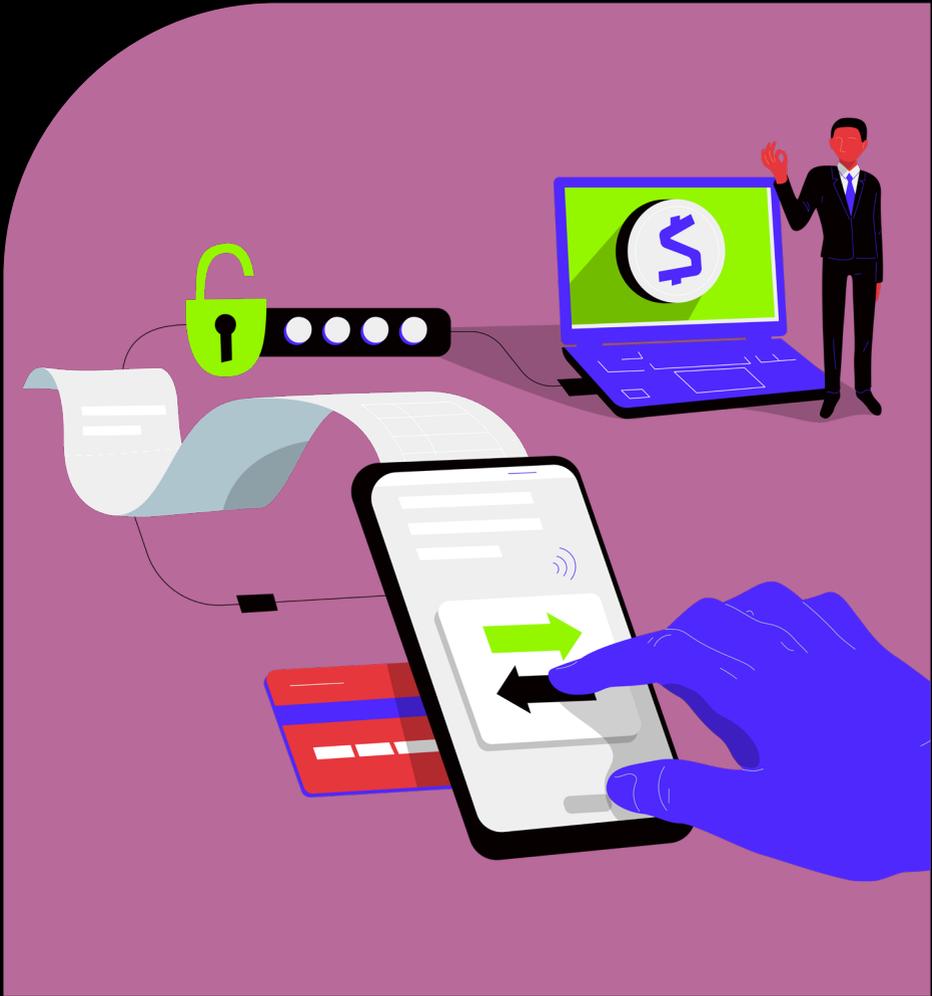
Kemudian, dengan penerapan dan pelaksanaan beberapa program di atas serta program-program lain yang tergolong ke dalam SNKI, apakah sudah bisa dilihat hasilnya?

Survei keuangan nasional yang dilakukan pada tahun 2016 di 34 provinsi menunjukkan bahwa literasi keuangan Indonesia naik menjadi 29,7% (naik sebesar 7,81% dari tahun 2013). Sementara indeks inklusi keuangan naik menjadi 67,8%. Angka indeks ini diharapkan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan pelaksanaan program-program inklusi keuangan yang lain.

Untuk menutup artikel ini, bisa diambil kesimpulan bahwa tingkat inklusi keuangan memiliki hubungan yang kuat dengan tingkat literasi keuangan. Semakin rendah pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa keuangan, maka akan semakin rendah minat mereka untuk mengakses produk dan jasa keuangan. Begitu pula sebaliknya, masyarakat yang paham tentang produk dan jasa keuangan, maka berpotensi akan meningkatkan kesejahteraan karena memiliki minat dan akses yang tinggi terhadap produk dan jasa keuangan.



FOTO OLEH TOM FISKE PEXELS

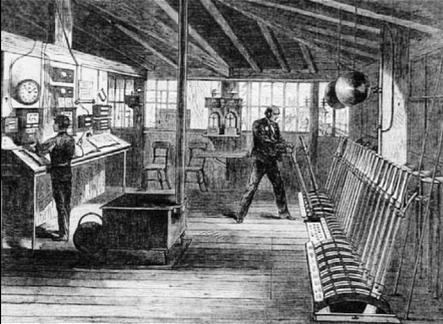


In-Depth

Seperti Apa Evolusi *Fintech*?

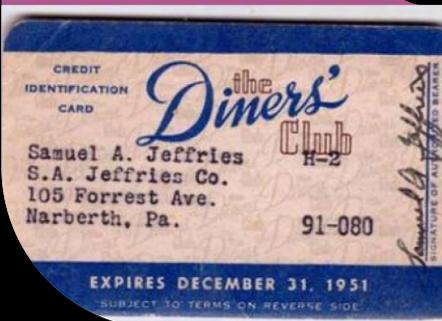
1866 - 1967

FinTech 1.0



Pada masa ini, mulai bermunculan teknologi seperti telegraf, rel kereta api, kanal, dan kapal uap. Adanya teknologi ini membantu tercapainya transmisi keuangan, pertukaran informasi, transaksi, dan pembayaran di seluruh dunia.

Selama Perang Dunia I dan II, sektor Teknologi dan Informasi juga tumbuh pesat. Salah satunya IBM secara komersial mengembangkan perangkat dengan tujuan decoding dan menjadi cikal bakal komputer generasi awal.



Pasca perang tahun 1950-an, lahirlah inovasi kartu kredit Dinner's Club. Setelah itu pada 1966, Asosiasi Kartu Antar Bank, yang sekarang disebut MasterCard mulai dilahirkan. Di tahun yang sama, jaringan Telex global menyediakan komunikasi untuk pengembangan Fintech.

1967 - 2008

FinTech 2.0



Tahun 1967, evolusi modern *Fintech* hadir dengan munculnya Automatic Teller Machine (ATM) yang diciptakan oleh Barclays Bank di London, Inggris.

Tahun 1971, National Association of Securities Dealers Automated Quotation (NASDAQ) beralih dari perdagangan saham fisik ke perdagangan secara elektronik.



Kemudian di 1973, Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) didirikan agar lembaga keuangan transnasional bisa mengirimkan transaksi keuangan secara aman. Selanjutnya perbankan daring mulai muncul di Amerika tahun 1980 dan di Inggris tahun 1983.



2008 - SEKARANG

FinTech 3.0 & 3.5



Di balik tumbuhnya Fintech di masa sekarang, kisah ini diawali dari sejarah kelam krisis keuangan tahun 2008 akibat subprime mortgage di Amerika Serikat.

Hal ini menjadi titik balik pertumbuhan Fintech 3.0 dan melahirkan banyak pemain baru di industri keuangan yang inovatif. Pertumbuhan Fintech 3.0 juga disokong oleh peningkatan tajam masyarakat yang mulai menggunakan ponsel pintar.



Dalam studinya, Arner et al. menjelaskan tentang pertumbuhan Fintech di era 3.5. Salah satunya adalah M-Pesa, Fintech yang tergolong sukses di Afrika dan uang seluler Safaricom. Di Asia, Alibaba menjadi sangat fenomenal karena menciptakan lapangan kerja yang sangat besar bagi masyarakat Tiongkok.

In-Depth

Sejarah *Crowdfunding*

Sumber: **History of Crowdfunding** (startups.com)



1700-AN

The Irish Loan Fund

Didirikan oleh penulis dan nasionalis Irlandia bernama Jonathan Swift dengan tujuan memberikan pinjaman kepada orang-orang kurang mampu tetapi layak mendapat kredit di Dublin. Tahun 1843 terdapat kurang lebih 300 dana pinjaman di Irlandia. Upaya ini sebagai bentuk sumbangan dari warga yang lebih mampu untuk membantu warga dengan kalangan ekonomi lemah.



1852

Pembentukan Credit Unions

Credit Unions merupakan bank nirlaba yang dibentuk dari pinjaman uang anggota, yang juga mendapatkan bagian kepemilikan dan hak suara di Credit Unions. Selang beberapa tahun kemudian, anggota dari Credit Unions membentuk serikat kredit, di mana mereka bisa berkontribusi untuk menyetorkan uang dan membayar bunga pinjaman yang lebih rendah dari rata-rata.



1976

Bank Grameen dan *Microfinance*

Profesor Muhammad Yunus meluncurkan proyek penelitian, di mana ia meminjamkan \$27 kepada 42 wanita miskin di Jobra, Bangladesh, di tahun 1976. Uang yang terdapat di *Microfinance* dapat berasal dari anggotanya (seperti halnya serikat kredit), atau sumbangan dari para donatur, misalnya lembaga perbankan tradisional, namun dengan jumlah pinjaman dan suku bunga yang lebih rendah.



1997

Lahirnya *Crowdfunding* Modern

Band rock Inggris Marillion, resmi mendanai tur reuni mereka melalui sumbangan daring dari para penggemarnya. Hal ini menginspirasi ArtistShare, yakni sebuah *platform crowdfunding* pertama yang berdiri pada tahun 2001. Tujuannya agar para musisi dapat mengumpulkan uang untuk memproduksi album atau melakukan tur.



1852

Pertama Kali Ditemukan Istilah *Crowdfunding*

Penggunaan istilah *crowdfunding* pertama kali oleh pengusaha Michael Sullivan pada Agustus 2006.



2008

Resesi Besar

Anjloknya kredit perumahan dan industri keuangan, selanjutnya berdampak pada masyarakat yang mencari pendanaan dengan alternatif lain, yakni melalui internet.



2009-2015

Crowdfunding sebagai Pendanaan Utama

Platform crowdfunding mulai muncul ke permukaan diawali dengan hadirnya Kickstarter dan IndieGoGo. Pada tahun 2012, terdapat 450 platform crowdfunding dengan total hasil dana terkumpul lebih dari \$2,7 miliar di seluruh dunia. Tiga tahun kemudian, total dana terkumpul dari crowdfunding mencapai \$24,4 miliar.



2017

Kampanye Crowdfunding dengan Dana Tertinggi

Kampanye crowdfunding tertinggi adalah Filecoin, aplikasi penyimpanan data terdesentralisasi, yang berhasil mengumpulkan \$257 juta setelah satu bulan beroperasi.

Lorem Ipsum Dolor Sit Title



Budaya Perusahaan Terlalu Bagus, Baik atau Tanda Bahaya?

Sumber artikel dilansir dari **Harvard Business Review** yang ditulis oleh **Timothy R. Clark**.



Dalam budaya kerja perusahaan, terbentuknya keselarasan seringkali menimbulkan efek samping atau risiko lainnya. Budaya kerja yang terlampau baik seringkali memang didasari oleh niat yang tulus dan percaya pada prinsip kerja dan nilai yang saling memotivasi. Akan tetapi jika budaya kerja yang baik ini disikapi secara berlebihan, efeknya justru bisa menjadi racun.

Beberapa racun yang kerap terjadi antara lain tidak adanya komunikasi yang jujur, hadirnya ungkapan “asalkan bos senang”, dan minim inovasi dan tanggung jawab. Untuk memperbaiki kondisi tersebut, mari kita kenali lebih dalam tentang bahayanya dari budaya kerja yang terlalu baik ini:



Menghambat Inovasi

Inovasi bisa tercipta karena adanya pemikiran yang beragam dan terobosan yang direalisasikan. Budaya yang terlampau baik dapat menghambat munculnya inovasi. Kebaikan dapat mengubah sekumpulan tim yang memiliki kompetensi tinggi menjadi kelompok yang pasif dan minim ide. Brainstorming bahkan perdebatan tentang ide justru memicu semangat tumbuhnya inovasi. Lain halnya jika dibandingkan dengan sekelompok orang yang mengikuti meeting dan hampir semuanya memiliki pendapat serupa dan mayoritas mengikuti hasil suara terbanyak.



Terkekang dalam Status Quo

Status quo adalah kondisi yang ada saat ini dan sedang berjalan. Pada umumnya status quo digunakan untuk menyatakan kondisi, budaya, atau kebiasaan kerja yang sudah ada dan berjalan cukup lama. Budaya kerja yang terlalu baik bisa menjadi beracun, karena akan sulit mengenali hal yang salah dan benar, ketika di depan mata semua tampak baik-baik saja. Jika terjebak dalam status quo, maka akan lebih sulit untuk mengubah sistem, memaksakan reaksi, serta perkembangan kerja menjadi stagnan.



Lama dalam Mengambil Keputusan

Budaya yang baik terkadang menciptakan situasi zona nyaman, di mana orang akan lebih enggan untuk berterus terang. Efeknya adalah, diskusi dan analisis yang terjadi dalam situasi kerja menjadi dangkal. Keraguan akan lebih kerap muncul dan menghambat proses pengambilan keputusan.



Merasa Tidak Berdaya

Norma kebaikan yang terlalu lama diciptakan dalam budaya kerja dapat menyebabkan kepasifan dan ketidakberdayaan. Ini berdampak pada menurunnya inisiatif dan standar kinerja. Budaya kerja yang terlalu baik pada umumnya membuat orang lebih malas untuk mengambil risiko, memperbaiki situasi, dan lebih memilih untuk diam.

Agar hal-hal di atas tidak terjadi, ada beberapa cara yang bisa kamu lakukan, alih-alih menciptakan budaya yang baik namun beracun.

Berikut adalah upayanya



Jelaskan di Awal

Sebelum melakukan sebuah tindakan atau keputusan, jelaskan di awal tentang sistem, risiko, manfaat, dan dampak yang akan terjadi. Baik itu akan melakukan pertemuan rutin dengan tim, perekrutan, bahkan pengambilan keputusan. Terangkan harapan, standar kinerja, dan bagaimana tanggung jawab harus dilaporkan.

Akan lebih baik jika ekosistem kerja dilakukan dengan intelektual yang dapat dibuktikan, misalnya berdasarkan data, hingga melakukan umpan balik secara jujur. Memang ini tidak mudah, tapi justru lebih baik daripada tercipta budaya kebaikan yang beracun dan berdampak lebih buruk di kemudian hari. Contohnya, ketika kamu ingin mengadakan pertemuan rutin, buatlah agenda secara jelas dan output atau hasil yang diharapkan bisa tercipta dengan adanya pertemuan tersebut.

Jika agendanya adalah pertemuan untuk eksplorasi ide dan inovasi, maka beri tahu semua orang yang akan mengikuti pertemuan, dan beri tugas mereka untuk menyumbangkan ide, misalkan minimal 3 ide untuk tiap orang.



Mulai dari Lingkungan Terkecil

Budaya kerja baik yang beracun pada umumnya memiliki akar. Supaya hal ini bisa hilang secara perlahan-lahan, butuh proses dan langkah mulai dari lingkungan terkecil. Kamu bisa mulai dari lingkungan tim internal terlebih dahulu, kemudian baru ke tingkat divisi, squad, atau tingkatan tim lainnya. Akan lebih maksimal hasilnya apabila ada satu penggerak atau leader yang bisa memberi contoh. Beranilah untuk tunjukkan kesalahan, berpendapat, dan menghargai adanya kejujuran.



Ungkapan Terima Kasih

Hargai dan nilai segala masukan serta kritikan dengan rasa syukur dan terima kasih, alih-alih dihadapi dengan emosi marah atau cercaan. Adanya perbedaan pendapat dan koreksi secara bertahap akan membentuk norma dan budaya kerja yang konstruktif.



Lindungi Kejujuran

Ketika ada orang yang punya keberanian untuk menyampaikan pendapatnya secara jujur, maka hargai upaya mereka. Salah satu cara terbaiknya dengan mengurangi mengkritik balik atau mencemooh. Dengan menyikapi perbedaan pendapat, maka norma dan ekspektasi budaya yang terbangun akan lebih sehat.



Sebagai rangkuman dari artikel ini, Martin Luther King Jr. pernah menulis surat yang terkenal dari penjara Birmingham, **“Pertumbuhan membutuhkan ketegangan konstruktif tanpa kekerasan.”**

Untuk itu, jangan hindari ketegangan atau konflik yang konstruktif. Sikapi hal tersebut dengan bijak. Justru hal tersebut adalah kebaikan yang nyata, bukan semu seperti budaya kerja baik yang beracun.



In-Depth

Tips *Leader* Bisa Jadi Pelatih Handal untuk Anggota Timnya

Era digital dikenal sebagai masa perubahan. Semua aspek mulai beralih, seperti perubahan dari luring ke daring. Kemudian percepatan proses, dari lambat menuju semakin cepat. Perubahan seperti ini perlu disikapi lebih oleh para pemimpin dalam mengorganisasi timnya. Karena situasi dan kondisi yang tidak lagi sama, artinya ada cara atau sistem baru yang mungkin lebih efektif untuk diaplikasikan dalam menyikapi hadirnya perubahan.

Salah satu hal yang sudah tidak efektif diterapkan di masa sekarang oleh para leader adalah tentang komando dan kontrol. Komando dan kontrol adalah proses mengajari orang lain cara untuk melakukan sesuatu. Kemudian leader mengevaluasi kinerja mereka. Tujuan dari komando dan kontrol ini adalah untuk mengembangkan karyawan agar memahami cara kerja bisnis dan mampu mereplikasi kesuksesan dari masa sebelumnya.

Namun tidak untuk hari ini. Perubahan yang sangat cepat sudah menjadi hal yang biasa. Apa yang berhasil di masa sebelumnya sudah tidak bisa dijadikan panduan untuk masa yang akan datang.

Lantas, seperti apa solusi yang bisa dilakukan oleh leader dalam mengorganisasi timnya?

Cara yang cukup efektif diterapkan adalah melalui coaching atau pembinaan. Agar leader bisa memiliki pola pikir yang tepat tentang pembinaan, berikut adalah matriks yang bisa digunakan untuk memahami lebih jauh tentang gaya kepemimpinan.

*More Info
Put In*

Q1

Directive

*Less Info
Put In*

Q2

Laissez-faire

*Less Energy
Pulled Out*

Style of Coaching

Sumber Gambar:

Artikel Harvard Business Review dengan judul **Leader as Coach**
<https://hbr.org/2019/11/the-leader-as-coach>

Q4

Situational

Q3

Nondirective

*More Energy
Pulled Out*

Keterangan

Sumbu vertikal artinya informasi, saran, atau keahlian yang diberikan leader kepada anggota timnya.

Sumbu horizontal artinya energi atau motivasi yang diberikan leader dengan memancing wawasan dan solusi dari para anggota tim.

Kuadran 2 (kiri bawah)
adalah gaya kepemimpinan

Direktif

Leader membagikan ilmunya kepada anggota tim, dan anggota tim mendengarkan dengan cermat. Sesi mentoring adalah bagian dari gaya kepemimpinan ini.

Kuadran 2 (kiri bawah)
adalah gaya kepemimpinan

Laissez-Faire

Ada waktu di mana anggota tim bekerja secara produktif dan justru lebih maksimal kinerjanya dengan membiarkan mereka bekerja sendiri. Bisa disebut juga gaya kepemimpinan ini memberikan delegasi tugas pada anggota tim dengan sedikit atau tanpa pengawasan.

Kuadran 3 (kanan bawah) adalah gaya kepemimpinan **Nondirektif**

Gaya kepemimpinan ini berlandaskan mendengarkan dan bertanya kepada anggota tim. Leader juga meminta para anggota tim untuk memberikan wawasan, ide, atau solusi dari permasalahan yang muncul. Tujuannya agar anggota tim bisa belajar memecahkan masalah dan mengatasi tantangan yang ada.

Kuadran 4 (kanan atas) adalah gaya kepemimpinan **Situasional**

Gaya kepemimpinan ini merupakan sweet spot. Semua leader sebaiknya melatih gaya kepemimpinan ini karena menyeimbangkan gaya kepemimpinan direktif dan nondirektif, serta disesuaikan dengan kebutuhan spesifik di lingkungan kerja.

Kemudian, jika berbicara tentang gaya kepemimpinan **nondirektif**, maka leader bisa menjadi lebih baik dengan menerapkan model GROW. Model ini dibuat oleh Sir John Whitmore pada tahun 1980-an. Berikut adalah penjelasannya:

Goal (Tujuan)

Saat leader sedang melakukan diskusi dengan anggota tim, tentukan secara jelas apa yang ingin ia raih dan ia harapkan bisa didapatkan setelah menyelesaikan program atau tugas. Fokuslah kepada tujuan personal anggota tim, bukan peran atau *job description*nya dalam perusahaan atau tujuan proyek.

Reality (Fakta)

Dengan tujuan pribadi yang sudah ditetapkan tadi, lanjutkan dengan pertanyaan:

- Apa (apa tujuannya, apa penjelasannya, dan lain-lain)
- Kapan (kapan waktunya, kapan tahap pertama selesai, dan seterusnya)
- Di mana (di mana bisa memproses tahapannya, di mana koordinasi dengan tim yang berhubungan)
- Siapa (siapa saja tim yang berhubungan dengan pekerjaan tersebut, siapa orang yang bertugas untuk menerima laporan tugas, dan lain-lain)

Tidak perlu menanyakan pertanyaan “mengapa”. Alasannya karena pertanyaan “mengapa” cenderung membuat orang untuk mengeksplorasi jawaban dan alasan daripada fakta.

Options

(Pilihan)

Seringkali, anggota tim dihadapkan pada beberapa pilihan. Tugas leader adalah mengajak mereka untuk bisa berpikir lebih luas, terlepas dari adanya pilihan-pilihan yang tersedia. Ini mendorong anggota tim agar bisa mulai berpikir dengan cara yang baru, segar, dan produktif. Selain itu, penting untuk leader mengeksplorasi sudut pandang positif, negatif, risiko, dan manfaat dari beberapa pilihan tersebut.

Will

(Kemauan)

Tutup sesi dengan tanyakan,

“Jadi, apa yang akan kamu lakukan setelah ini?”

Jika anggota tim dapat menjawab secara jelas langkah-langkah yang sudah ditetapkan mulai dari proses Goal - Reality - Options, maka ia sudah paham dengan diskusi yang berjalan serta punya rencana jelas. Jika belum bisa menjawab dan meninjau langkah-langkah yang harus dilakukan, maka tahapan Goal - Reality - Options harus diperdalam dan diperjelas kembali.

Tiga Fase bagi CEO Baru untuk Menyeimbangkan Strategi dan Eksekusi

Sumber: **Harvard Business Review**



Fase 1

Mempertahankan Inti Bisnis

Dilakukan sejak 90 hari pertama



Strategi

- Mendiagnosis situasi bisnis
- Menetapkan prioritas bisnis
- Mendefinisikan ulang insentif
- Menyelaraskan visi misi tim



Eksekusi

- Menilai dan membangun tim dengan kinerja maksimal
- Fokuskan tim pada eksekusi jangka pendek, termasuk menghentikan aktivitas yang tidak menambah nilai
- Menerapkan/memperbaiki model operasi
- Membina hubungan secara horizontal dan vertikal untuk memastikan eksekusi yang lebih baik

Fase 2

Memperpanjang Inti Bisnis

Dilakukan 90 hari selanjutnya



Strategi

- Menetapkan dan atau memperbaiki arah (visi, strategi, dan tujuan)
- Desain *platform* dan ekosistem
- Pertimbangkan akuisisi potensial
- Mengamankan pembelian investasi dari papan
- Transformasi pemimpin



Eksekusi

- Mendorong penerapan strategi (tujuan dan hasil utama)
- Menerapkan sistem, keterampilan, dan proses pendukung
- Memperkuat/mempercepat pengembangan produk dan investasi
- Mengembangkan tim (mempromosikan talenta dengan potensi tinggi serta menarik bakat baru)

Fase 3

Melampaui Inti

Dilakukan 180 hari selanjutnya



Strategi

- Memahami/mengantisipasi tren pasar dan potensi teknologi yang mengganggu
- Mengidentifikasi metodologi pendukung terbaik (*design thinking, business model prototyping*)

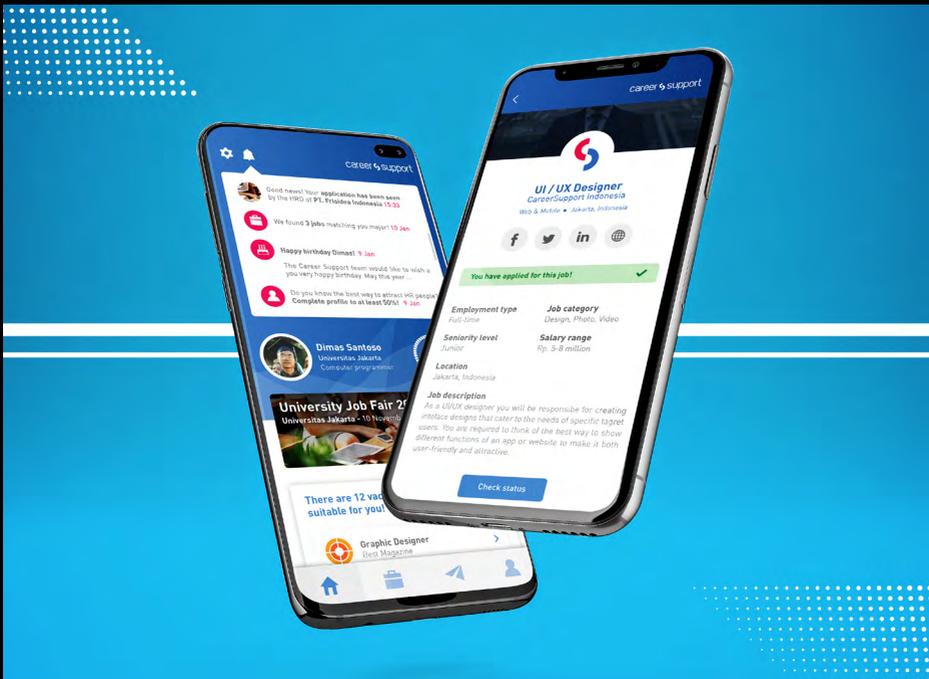


Eksekusi

- Merangsang inovasi internal transformasional
- Mendorong pengembangan tangkas (pengujian prototipe dan bukti konsep)
- Membangun kemitraan luar
- Melakukan investasi dan akuisisi eksternal
- Transformasikan budaya untuk fokus pada masa depan

Profil Startup

Career.Support: Mitra Pusat Karir Terintegrasi



ELEVATOR PITCH

Digitally integrated end-to-end career development *platform*.

VISION

One platform, three portals, go digital and go national.

FOUNDER

Lena Soenarto

DIDIRIKAN

2019

INDUSTRI

HR Tech

JUMLAH TIM

15 orang

FASE PENDANAAN

Pre-Seed

Career.Support adalah mitra pusat karir nomor 1 di Indonesia yang menyediakan *platform* digital end to end yang terintegrasi secara digital. Kami memiliki 3 *platform* terintegrasi yang menghubungkan sekolah, kandidat, dan perusahaan secara bersamaan. Kami menyediakan layanan bagi SMK dan Perguruan Tinggi dalam bentuk portal pusat karir yang membantu mereka “**Go Digital Dan Go National**”. Dengan menggunakan *platform* kami, sekolah dapat berkomunikasi secara efektif dengan siswa dan alumnumnya, memiliki database siswa yang terintegrasi secara digital, menyelenggarakan bursa kerja *online* dan melaksanakan tracer study yang terstandardisasi.

Jika seorang siswa bisa mendapatkan pekerjaan yang mereka sukai, mereka cenderung berkinerja lebih baik dan sebagai imbalannya mereka akan dihargai lebih baik oleh perusahaan dengan peningkatan gaji dan kesejahteraannya. Dengan lebih banyak pendapatan yang diterima, maka hal tersebut dapat mendorong peningkatan konsumsi bagi mereka keluarganya yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Untuk perusahaan kecil dan menengah yang ingin merekrut pekerja magang dan lulusan baru, mereka dapat memilih untuk bergabung dengan bursa kerja *online* dari sekolah mana pun di *platform* kami. Hal ini meningkatkan efisiensi perekrutan dengan biaya dan usaha yang minimal.

One platform, three portals, go digital and go national.

Kali ini, Rintisan mewawancarai **Lena Soenarto**, founder dari **Career.Support** yang berdiri sejak tahun 2019.

Pada mulanya, bagaimana cerita latar belakang dalam membuat Career.Support?

Pada tahun 2016, pemerintah mulai mendorong siswa untuk bersekolah di SMK agar mereka dapat lebih siap memasuki dunia kerja dengan kurikulum yang telah disesuaikan dengan kebutuhan industri. Kemudian kami melakukan beberapa survei kepada SMK, *fresh graduate*, dan perusahaan. Dari hasil survei tersebut, kami menemukan bahwa terdapat beberapa masalah umum yang menghambat penyerapan tenaga kerja bagi lulusan baru. Pertama adalah banyaknya SMK yang belum memiliki Pusat Karir yang memadai, apalagi portal pusat karir digital untuk menunjang tugas mereka.

Kedua, banyaknya lulusan SMK di kota-kota kecil dan pedesaan yang memiliki kesempatan kerja terbatas karena informasi lowongan pekerjaan dan magang yang tidak merata antar daerah. Ketiga, Sulitnya perusahaan kecil dan menengah yang membutuhkan pekerja magang dan lulusan baru SMK. Perusahaan tersebut harus berkomunikasi dengan satu per satu SMK untuk mengakses siswa mereka atau mengikuti bursa kerja yang diadakan oleh sekolah. Hal ini benar-benar memakan waktu dan biaya yang mahal.

Apa visi yang ingin dicapai oleh Career.Support?

Visi kami adalah untuk memfasilitasi lulusan baru agar memiliki akses yang lebih baik terhadap peluang kerja dan magang secara nasional. Kami melakukan digitalisasi pusat karir yang terdapat di SMK dan juga perguruan tinggi di

seluruh Indonesia agar dapat berjejaring dengan perusahaan-perusahaan secara nasional untuk mempercepat penyerapan tenaga kerja bagi lulusan baru SMK dan Perguruan Tinggi.

Sebelum membuat *startup*, apa pekerjaan/kegiatan Anda sebelumnya?

Mengapa memutuskan untuk membuat *startup*?

Saya memiliki pengalaman lebih dari satu dekade bekerja di bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dengan perusahaan seperti KPMG dan Huawei Technologies di Amerika Serikat. Ketika saya kembali ke Indonesia, saya ingin menggunakan latar belakang profesional saya untuk menciptakan bisnis yang dapat membantu banyak orang Indonesia. Saya ingin berbagi pengalaman saya dengan sebanyak mungkin anak muda dan membantu mereka membuat pilihan karir yang lebih baik. Apalagi belum banyak perusahaan yang memfokuskan peran bisnis dan sosialnya untuk memberdayakan pusat karir dan membantu lulusan baru SMK/ Perguruan Tinggi untuk bisa mencapai karir impiannya.



Apa tantangan terbesar yang dihadapi saat tahun pertama merintis Career.Support?

Apakah tantangan tersebut sudah diprediksi sebelumnya, atau di luar prediksi?

Tantangan terbesar yang kami hadapi adalah mengundang Kepala Sekolah dan PIC pusat karir untuk mencoba sistem kami. Banyak dari mereka yang tidak paham teknologi dan merasa enggan untuk mencoba teknologi baru. Mereka merasa nyaman dengan cara konvensional yang selama ini telah mereka lakukan. Padahal perkembangan zaman menuntut kita melakukan transformasi

secara digital agar dapat meningkatkan efektifitas dari peran yang kita lakukan. Ini sesuai dengan prediksi kami sehingga kami sadar bahwa kami harus terus mengedukasi pentingnya digitalisasi pusat karir untuk meningkatkan efektifitas peran pusat karir SMK dan Perguruan Tinggi melalui teknologi digital.



Bagaimana perkembangan Career.Support saat ini? Apa yang sedang fokus dikerjakan Career.Support sekarang?

Career.Support hampir menyelesaikan seluruh fitur utama yang ingin kami tawarkan kepada pengguna. Saat ini kami berfokus untuk mengembangkan bisnis dengan bermitra bersama lebih banyak pusat karir dan perusahaan, kami

juga akan terus memberikan fitur dan layanan terbaik yang kami miliki agar dapat mendukung peran pusat karir SMK dan Perguruan Tinggi di Indonesia.

Apa keunikan utama yang ditawarkan Career.Support bagi penggunaanya?

Kami adalah Mitra Pusat Karir yang bekerja secara langsung dengan sekolah untuk menawarkan platform digital agar dapat mereka gunakan. Melalui sistem yang mengintegrasikan antara sekolah, lulusan baru, dan perusahaan secara digital, kami menghadirkan media yang tepat untuk mendukung peran pusat karir, mendorong percepatan penyerapan tenaga kerja bagi lulusan baru, dan mempermudah perusahaan dalam melakukan rekrutmen. Keunikan inilah yang hanya

dimiliki oleh Career Support. Selain itu pusat karir sekolah dapat berkomunikasi dengan siswa dan alumnyanya tanpa email atau telepon, sekolah dapat memiliki database siswa yang terintegrasi secara digital, sekolah juga dapat melakukan job fair online untuk meningkatkan networking dengan perusahaan dan juga melakukan tracer study (survei tahunan terhadap alumni yang diwajibkan oleh kementerian pendidikan).

Apa hal yang paling berpengaruh besar pada pertumbuhan Career.Support?

Memilih teknologi yang tepat untuk membuat platform kami dapat digunakan oleh sekolah, kandidat, dan perusahaan adalah salah satu faktor kunci. Teknologi telah membantu kami menjalankan tugas dengan lebih efisien, menghemat biaya, tenaga kerja, dan membuat prosesnya menjadi lebih sederhana. Melalui

gerakan "Pusat Karir Go Digital and National' kami terus mendorong adanya transformasi digital yang menghubungkan sekolah dan kandidat dengan perusahaan secara nasional sebagai solusi dari tuntutan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).

Apa pencapaian terbesar yang pernah diraih Career.Support?

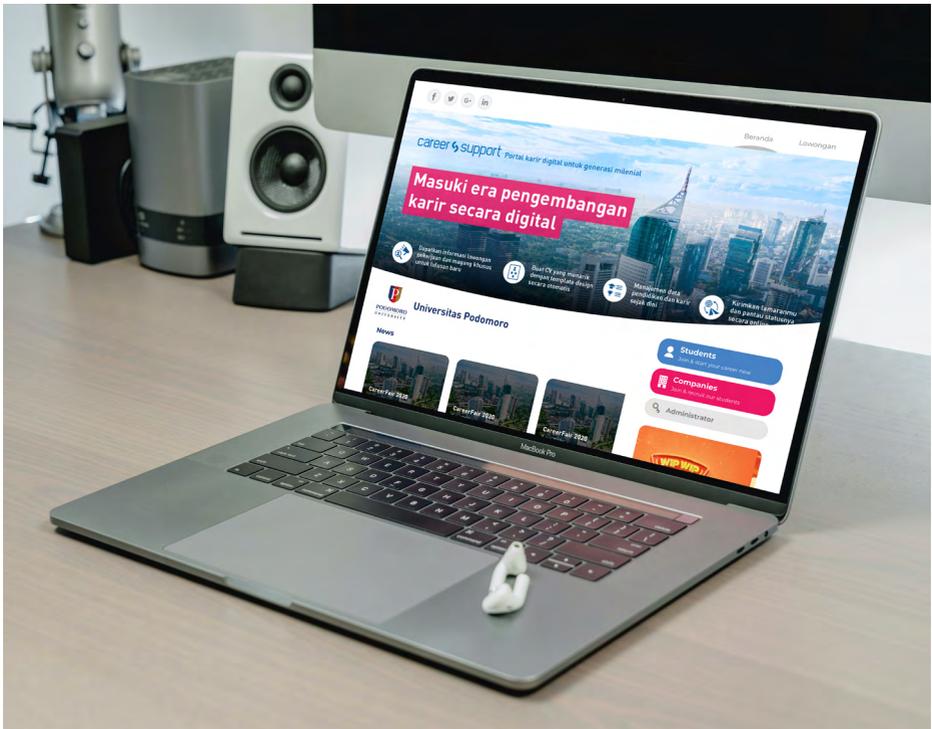
Pencapaian yang paling signifikan adalah memvalidasi dan memastikan bahwa produk yang kami bangun sesuai dengan target pasar kami. Kami telah meningkatkan jumlah sekolah

dan siswa yang mendaftar secara signifikan pada paruh pertama tahun 2021 dibandingkan dengan sepanjang tahun 2020.

Apa prioritas utama dari Career.Support dalam 2 tahun mendatang?

Tujuan kami adalah mengajak sebanyak mungkin sekolah agar dapat memiliki portal digital pusat karir yang efektif sehingga dapat membantu lulusan baru dan siswa yang ingin mencari kerja atau magang untuk mendapatkan pekerjaannya secara nasional di Indonesia. Bayangkan saja seorang siswa mengerjakan sesuatu yang mereka sukai, mereka kemungkinan besar akan berusaha ekstra untuk melakukan pekerjaan dengan baik. Begitu pimpinannya melihat bahwa mereka berkinerja baik, pimpinan tersebut akan memberi penghargaan kepada siswa dengan gaji

dan bonus yang lebih baik. Dengan cara ini, siswa akan memiliki peningkatan pendapatan yang akan turut mensejahterakannya dan keluarga mereka. Hal itulah yang akan menjadi pendorong perekonomian Indonesia untuk terus tumbuh dan berkembang. Sehingga kehadiran Career Support memberikan multi-player effect yang tidak hanya mendukung sekolah, kandidat, dan perusahaan, tapi juga turut serta mensejahterakan banyak keluarga dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.



Bagikan cerita merintis *startup*mu di Rintisan!

Kami mencari cerita dari kamu para perintis *startup* di berbagai daerah di Indonesia. Cerita terpilih akan kami angkat dalam buku saku Rintisan dan media sosial dari #1000StartupDigital. Adapun tema yang kami cari adalah:

- Apa permasalahan di daerahmu yang sedang kamu coba pecahkan melalui *startup*?
- Apa tantangan terbesar atau perjuangan kamu saat membuat *startup*?
- Bagaimana perjalanan kamu dalam membuat *startup* atau mengikuti program #1000*startup*digital?
- Apa pelajaran berharga yang kamu dapatkan selama membangun *startup*?
- Bagaimana keseharianmu dalam membangun *startup*?

Cerita yang kamu kirimkan akan direview oleh tim #1000StartupDigital. Jika ceritamu terpilih, kami akan mengontak untuk menggali lebih dalam ceritamu melalui email atau Whatsapp yang kamu cantumkan.



Untuk membaca
buku saku Rintisan
selengkapnya, akses di:

<https://1000startupdigital.id/bukusaku-rintisan>

Indorelawan: Menghubungkan Komunitas dan Relawan



VISI

Gotong-Royong Menjadi Bagian dari Gaya Hidup Anak Muda Indonesia

MOTTO

Kegiatan relawan menjadi gaya hidup bagi anak muda di Indonesia.

FOKUS UTAMA

Memberikan edukasi tentang pengelolaan relawan dan juga wadah untuk berkolaborasi.

FOUNDER

Widharmika Agung, Zaky Prabowo, Retha Dunga, Ari Awan

WEBSITE

www.indorelawan.org

DIDIRIKAN
PADA

2013

JUMLAH
PENGURUS AKTIF

6 orang

JUMLAH MEMBER

224,607 relawan dan
3,581 organisasi/komunitas
sosial (per September 2021)

Bagaimana awal mula/latar belakang Indorelawan didirikan?

Indorelawan terbentuk karena pengalaman Djuanita Agung, istri dari Widharmika Agung semasa menemaninya di Amerika Serikat. Karena tidak memiliki izin kerja atau pun kegiatan, Djuanita kemudian mencari kesibukan dengan menjadi volunteer di berbagai organisasi. Mencari kegiatan

relawan ketika di Amerika Serikat sangat mudah karena ada beragam website yang menawarkan pelayanan tersebut, beda ceritanya ketika mereka ingin melakukan hal yang sama di Indonesia. Dari sinilah konsep Indorelawan muncul.

Seiring Indorelawan tumbuh, kami pun mulai menemukan lagi bahwa tujuan Indorelawan tidak hanya sebagai pemberi informasi mengenai kesempatan untuk jadi relawan, namun juga memberikan edukasi tentang pengelolaan relawan dan juga wadah untuk berkolaborasi.

Indorelawan berdiri pada tahun 2013, saat itu

kita sudah berbadan Yayasan dan masih belum memiliki website. Pada tahun tersebut, kita lebih banyak menggunakan e-newsletter dan FB untuk menjaring organisasi maupun relawan untuk menggunakan wadah ini. Di tahun 2014, website 1.0 diluncurkan dan April 2015 website 2.0 (website yang sekarang) diluncurkan.

Apa visi yang ingin dicapai Indorelawan?

Indorelawan adalah organisasi nirlaba berbasis online yang membuat kolaborasi antara relawan dengan organisasi/komunitas dengan misi sosial menjadi lebih mudah. Kami percaya bahwa perubahan yang bermakna untuk Indonesia hanya akan dapat tercapai jika lebih banyak orang yang terlibat dalam aktivitas sosial. Bukan

dengan uang mereka, melainkan dengan tenaga. Salah satu mimpi terbesar kami adalah melihat kegiatan menjadi relawan sebagai gaya hidup. Di mana relawan bukan lagi kegiatan sosial yang eksklusif tapi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia.

Visi

Gotong-royong menjadi bagian dari gaya hidup anak muda Indonesia.

Misi

- **Menyediakan Pasar Aksi Baik**

Membuat proses mencari relawan dan aktivitas sosial menjadi lebih mudah melalui platform teknologi yang kami bangun yakni Indorelawan.org

- **Membuat Kampanye Gotong Royong**

Menghidupkan kembali nilai gotong royong dengan meningkatkan ketertarikan anak muda untuk terlibat menjadi relawan dalam aktivitas sosial. Baik melalui kampanye di media sosial maupun kolaborasi lintas sektor

- **Pemberdayaan Organisasi Sosial**

Meningkatkan kemampuan organisasi sosial dalam bekerja dengan relawan dengan mengadakan berbagai pelatihan manajemen relawan dan pembuatan modul mengenai manajemen organisasi serta mendorong terjadinya kolaborasi antar isu sosial



Siapa saja yang ditargetkan untuk bergabung dalam jejaring Indorelawan?

Semua orang BISA jadi relawan! Prinsip kami, siapapun bisa menjadi relawan. Mau selfie saat jadi relawan? Boleh! Mau cari jodoh saat jadi relawan? Boleh banget! Tidak perlu tunggu mapan, tunggu

banyak waktu luang atau tunggu hati seputih salju kok buat jadi relawan. Yang penting adalah kerja dan berkomitmen sesuai aktivitas yang sudah kamu pilih.

Apa saja program yang dijalankan oleh Indorelawan?

Kegiatan rutin Indorelawan adalah “biro jodoh” antara relawan dan organisasi/komunitas sosial. Kegiatan yang biasa kami lakukan adalah memfasilitasi organisasi/komunitas sosial untuk mencari relawan melalui wadah *online* kami (www.indorelawan.org). Semua lowongan jadi relawan dan pendaftaran sebagai relawan dilakukan secara

online. Kami mendukung segala isu sosial mulai dari pendidikan, lingkungan, kesehatan, hingga hak asasi manusia maupun kesejahteraan hewan. Jadi, kegiatan yang ada di website kami, tidak dimiliki oleh Indorelawan, melainkan kami adalah pihak ketiga yang menjembatannya.

Organisasi sosial dapat mencari relawan dengan deskripsi pekerjaan apapun, dapat semudah membersihkan sampah di sepanjang jalan CFD atau menjadi videographer untuk pembuatan kampanye video organisasi. Sedangkan relawan dapat memilih sendiri kegiatan mana yang sesuai dengan ketersediaan waktu/jarak lokasi/isu yang diminati/keterampilan yang dimiliki. Relawan memilih sendiri

kegiatan yang sesuai dengan mereka.

Indorelawan memiliki beberapa fitur di dalam website yang memudahkan komunikasi antara relawan dan organisasi, maupun kolaborasi antar organisasi/komunitas, membuat Indorelawan tidak hanya tempat untuk mencari informasi namun juga tempat untuk mengelola relawan.

Apa rencana program kedepannya yang ingin dijalankan oleh Indorelawan?

Merespon pandemi, kami berkolaborasi dengan banyak pihak menginisiasi program Generasi Bebas Covid-19 (program relawan cepat tanggap untuk merespon pandemi Covid-19) dan #WargaBantuWarga dapat dipelajari di <https://www.wargabantuwarga.com/>. Di luar itu, Indorelawan memiliki mimpi untuk mencapai 1 juta relawan untuk Indonesia (saat ini ada sekitar 200 ribu relawan di platform kami) dalam 4 tahun ke depan. Semakin banyak relawan yang membantu, semakin banyak organisasi sosial yang terbantu, dan permasalahan sosial perlahan dapat terselesaikan.



Info Lebih Lanjut

Email: kontak@indorelawan.org

Telepon/SMS/WA: 0811-9777-140

Media Sosial

Facebook : @Indorelawan

Youtube : Indorelawan

Instagram : @indorelawan

Website : indorelawan.org

Twitter : @indorelawan

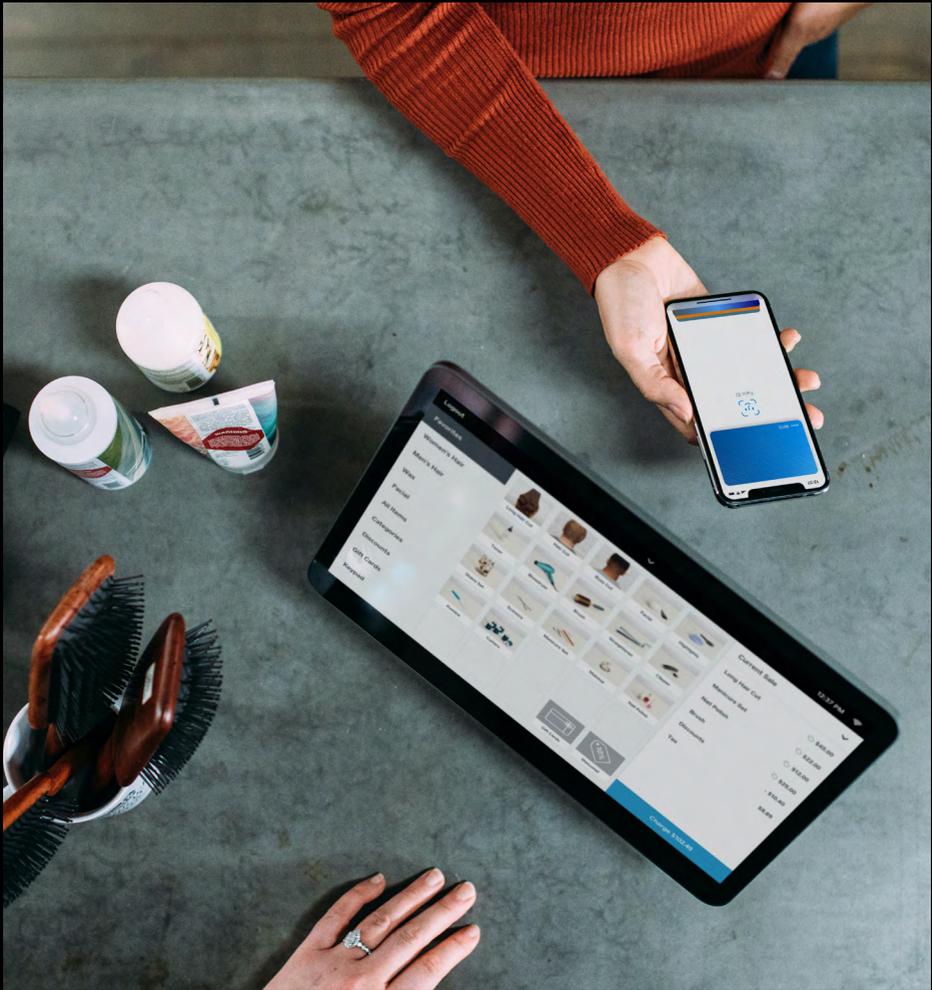
Ada rekomendasi materi yang cocok dipelajari oleh teman-teman RINTISAN?



Kami memiliki beberapa modul untuk manajemen organisasi sosial bisa diunduh di

<https://www.indorelawan.org/p/temali/handbook>

Direktori *Startup* *Financial Tech*





Ajaib

ajaib.co.id

Ajaib merupakan aplikasi investasi reksa dana *online* yang sudah mengantongi izin OJK dan didukung SoftBank. Ajaib Group membuka akses investasi untuk berbagai kalangan, terutama pemula. Sebagai investor, kamu dapat melihat analisis berdasarkan indikator teknikal, memantau perubahan harga, dan melihat sentimen pasar berdasarkan berita terkini.



Akulaku

akulaku.com

Startup ini fokus pada e-commerce dan layanan keuangan daring di kawasan Asia Tenggara. Memiliki kantor di lima negara, Akulaku menyediakan layanan yang disesuaikan kebutuhan konsumen lokal, yang mencakup belanja daring dan layanan kredit.



Amartha

amartha.com

Amartha adalah *platform* daring yang fokus pada pendanaan bagi usaha mikro. Dengan menghubungkan pendana urban ke usaha mikro yang tepat di pedesaan, startup yang berdiri pada 2010 ini ingin memberikan dampak sosial melalui layanannya. Amartha menawarkan lima lapis mitigasi risiko dan menyediakan *dynamic dashboard* yang memungkinkan para investor memantau aktivitas pendanaannya.



Flip

flip.id

Flip adalah aplikasi untuk melakukan transfer antar bank tanpa biaya. Flip.id telah melayani lebih jutaan transaksi beda bank dari jutaan pengguna dengan total nilai triliunan rupiah per bulan. Transaksi berasal dari pengguna individu yang tersebar di seluruh Indonesia dan pengguna perusahaan seperti Tiket.com, Grab, Ruangguru, dan Kitabisa.



Investree

investree.id

Startup ini memiliki misi yang sederhana: menjadi *online marketplace* yang mempertemukan pendana dan orang yang membutuhkan dana. Investree tidak hanya menghimpun dana, tetapi juga membuat pinjaman lebih mudah dijangkau dan diakses oleh peminjam.



Kitabisa.com

kitabisa.com

Kitabisa.com adalah *platform crowdfunding online* pertama di Indonesia. Lewat platform ini, siapa saja bisa menggalang dana atau kampanye sosial secara terbuka. Jangkauannya sangat luas, karena hasil dana penggalangan yang terkumpul bisa disalurkan ke dalam dan luar negeri.



Kredivo

kredivo.com

Aplikasi kredit digital Kredivo memungkinkan kamu membeli sekarang dan bayar nanti dalam 30 hari tanpa bunga atau dengan cicilan 3 bulan, 6 bulan, hingga 12 bulan. Aplikasi Kredivo bisa digunakan sebagai metode pembayaran di *offline* dan *online merchant*. Setelah merger dengan firma investasi global asal Chicago, perusahaan induk Kredivo berencana menjual saham perdananya (IPO) di Amerika Serikat.



Revolut

revolut.com

Revolut adalah bank digital yang menyediakan sejumlah layanan perbankan dan keuangan melalui platform digitalnya, termasuk kartu debit Prabayar, pertukaran mata uang, dan pembayaran *peer-to-peer*. Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk membayar dan menarik uang dalam lebih dari 120 mata uang, termasuk 26 mata uang langsung dari aplikasi selulernya.



Transferwise

wise.com

TransferWise adalah layanan pengiriman uang internasional. Startup ini menyediakan cara alternatif bagi pelanggan, individu, dan bisnis untuk melakukan transfer uang internasional dengan biaya lebih rendah dari standar biaya bank berkat platform digital dan struktur biaya yang lebih ramping.



Xendit

xendit.co

Startup ini memiliki misi untuk membuat pembayaran menjadi mudah. Xendit memproses pembayaran, membantu marketplace menyederhanakan pembayaran, mengirimkan pembayaran dan pinjaman, mendeteksi penipuan dan membantu bisnis bertumbuh secara eksponensial. Xendit menyediakan API dan antarmuka dashboard yang mudah digunakan.

Untuk inspirasi inovasi
fintech lainnya, temukan
+350 *startup fintech* yang
tergabung dalam website
Asosiasi Fintech Indonesia

→ fintech.id

Glosarium

Temukan makna dari jargon *startup* dan istilah lainnya dalam artikel di sini.



Application Program Interface

Antarmuka pemrograman aplikasi adalah penerjemah komunikasi antara klien dengan server untuk menyederhanakan implementasi dan perbaikan perangkat lunak. Disebut juga sebagai sekumpulan perintah, fungsi, serta protokol yang dapat digunakan oleh programmer saat membangun perangkat lunak untuk sistem operasi tertentu.

Cashless

Merupakan sistem pembayaran tanpa uang tunai.

Hipotek

Kredit yang diberikan atas dasar jaminan berupa benda tidak bergerak dan surat pernyataan utang jangka panjang yang berisi ketentuan bahwa kreditur dapat memindahkan sebagian atau seluruh hak tagihan kepada pihak ketiga.

Microfinance

Aktivitas pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah berpenghasilan rendah di mana pada umumnya belum terjangkau oleh bank umum.

Midnight Sale

Promosi penjualan dengan program diskon pada tengah malam.

Peer to Peer Lending (P2P Lending)

Layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.

Resesi

Periode saat terjadi penurunan roda perekonomian yang ditandainya dengan melemahnya produk domestik bruto (PDB) selama dua kuartal berturut-turut.

Subprime Mortgage

Merupakan kredit kepemilikan rumah, dan erat kaitannya dengan krisis keuangan yang terjadi di Amerika Serikat pada tahun 2008. Pada krisis subprime mortgage, pelanggaran dan penyitaan akan hipotek terus meningkat sehingga menyebabkan jaminan hipotek mengalami penurunan dan terjadi pelemahan ekonomi.

Kamu bisa mendapat Rintisan versi cetak!

Untuk menjangkau pembaca setia buku saku RINTISAN lebih dekat, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka kesempatan khusus bagi para pembaca terpilih untuk kami kirimkan buku saku RINTISAN versi cetak setiap kali edisi baru diterbitkan.



Gimana caranya?

Ceritakan dengan detail mengapa kamu harus menjadi satu dari para pembaca terpilih yang akan kami kirimkan buku saku RINTISAN dalam form ini:

<http://bit.ly/komunitas-rintisan>

Bergabung Jadi Kontributor

Rintisan memiliki satu tujuan utama: menjadi sarana untuk membuka wawasan mengenai *startup*, talenta digital, ide, dan inovasi di ekosistem digital Indonesia.

Artikel di Rintisan memiliki topik yang beragam dan relevan untuk berbagai industri dan fungsi manajemen. Adapun beberapa area fokus yang dibahas adalah kepemimpinan, strategi, teknologi, operasional, branding, marketing, legal, keuangan, manajemen sumber daya manusia, produktivitas, dan kreativitas. Dalam memilih artikel yang diterbitkan, ini adalah 4 poin yang Rintisan cari:

Orisinalitas

Walaupun suatu topik mungkin sudah banyak yang membahas, selalu ada cara untuk melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Temukan itu dan bagikan pada pembaca.

Bukti

Menulis secara deskriptif itu bagus. Namun, lebih baik lagi jika tulisanmu didukung dengan data dan fakta.

Keahlian

Siapapun dapat menjadi kontributor, asalkan ia benar-benar menguasai materi dalam tulisannya.

Kegunaan

Utamakan gagasan yang praktikal dan dapat dengan mudah dimengerti. Jika kamu bisa menjelaskan pemikiranmu sehingga pembaca mengerti bagaimana menerapkannya dalam situasi nyata, artikelmumu dapat mengubah hidup seseorang!

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek “Artikel untuk Rintisan”. Kami akan memberikan honorarium bagi kontributor yang artikelnya terpilih untuk diterbitkan.

Kritik & Saran



Kami ingin mendengar pendapatmu mengenai artikel dan topik yang kami sajikan. Yuk, sampaikan kritik dan saranmu di bit.ly/fbrintisan

Founder Starter Pack: Buku Panduan Dasar-Dasar Membangun Startup

Temukan wawasan praktis tentang bagaimana menentukan visi, menciptakan produk, membangun bisnis, memantau kinerja, hingga melakukan *pitching*.



Unduh secara gratis di:

1000startupdigital.id/fsp