

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan industri pembiayaan di Indonesia, Asosiasi Anjak Indonesia (AFI) juga bergabung dengan APPI pada tanggal 21 Desember 2000. Sejalan dengan tujuan pendiriannya APPI, bersama pemerintah, kami terus memberikan kontribusi dan peran yang lebih signifikan dalam meningkatkan perekonomian nasional, khususnya di sektor jasa keuangan (Ade, I. 2020). Ada banyak perusahaan keuangan di Indonesia hingga 247 perusahaan keuangan. Dari 247 Perusahaan pembiayaan tersebut termasuk BFI Finance, Adira Finance, Mandiri Tunas Finance, Toyota Astra Financial Services dll. Di antara banyak perusahaan keuangan pada tahun 2017 adalah PT. BFI Finance Indonesia, Tbk (BFI Finance) tampil sebagai keuangan terbaik pada hari penganugerahan "The Financial Top 20 Financial Institution 2017" dengan peringkat sangat memuaskan yaitu juara 1 kategori "Perusahaan Pembiayaan Beraset Rp.10 Triliun dan lebih," berdasarkan evaluasi perusahaan jasa keuangan dengan aset dan modal besar dan hasil yang sangat baik, berdasarkan hasil evaluasi laporan keuangan yang dipublikasikan selama tiga tahun (Rinitami, N. 2019).

Seiring berkembangnya jaman, teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan kita hingga semuanya terasa lebih cepat & mudah. Hal ini menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan keuangan digital mereka. Sekarang siapa saja bisa mengirimkan uang tanpa pergi ke bank hingga meminjam uang secara online, hal ini dikenal juga dengan sebutan fintech peer-to-peer (P2P) lending. Fintech mengacu pada aplikasi software dan hardware untuk layanan dan proses keuangan menjadi lebih cepat, mudah digunakan, dan aman. Industri fintech meliputi

dari berbagai hal, mulai dari metode pembayaran hingga aplikasi perbankan seluler (julo.co.id, 2022). Perkembangan fintech P2P lending saat ini semakin pesat sehingga mudah diakses oleh masyarakat yang masih kesulitan mendapatkan kredit dan UMKM, di mana banyak dari mereka yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usahanya (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2022). Fintech memberikan akses kredit tidak hanya kepada pengusaha UMKM, tetapi juga kepada orang-orang yang membutuhkan dana untuk berbagai kebutuhan mereka seperti pendidikan dan kesehatan, dengan menggunakan kriteria masing-masing mulai dari kelayakan kredit, nilai nominal pinjaman, jangka waktu, tingkat bunga hingga tingkat keamanan (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2022).

Definisi fintech menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) merupakan salah satu inovasi yang terdapat dalam industri keuangan dengan memanfaatkan penggunaan teknologi pada pelaksanaannya. Fintech merupakan salah satu jasa keuangan yang saat ini sedang populer di Indonesia sejak beberapa tahun terakhir ini (Erie, H. 2020). Pada penggunaannya fintech biasanya menggunakan sistem yang sebelumnya telah dibangun agar dapat menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang telah diatur spesifik. Di dalam sebuah perusahaan fintech bergerak dalam bidang keuangan yang dilakukan menggunakan teknologi, hal ini berfungsi untuk mempercepat dan juga agar dapat memudahkan berbagai aspek keuangan yang sebelumnya telah disediakan (Windy, S. 2020).

Seiring berjalannya waktu fintech menjadi semakin terkenal karena telah berhasil berkembang pada perusahaan yang menjadi rintisan ataupun startup. Banyaknya pengguna fintech serta perusahaan fintech terus menerus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Menurut Rakhmat (2019) Perkembangan fintech di Indonesia yang terus menerus meluas tentunya menyebabkan terjadinya berbagai perubahan yang signifikan, salah satu perubahan yang terjadi yaitu perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Sebagaimana yang diketahui jika saat ini banyak

sekali yang mengambil pinjaman atau kredit. Sebelum adanya fintech biasanya masyarakat Indonesia cenderung meminjam uang ke bank yang dilakukan secara langsung. Namun, selama berkembangnya fintech ke Indonesia masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi peminjaman uang yaitu dapat dilakukan dengan cara meminjamnya kepada platform online seperti peer-to-peer (P2P) (Liran, 2016).

Fintech dibagi menjadi 3 kategori yaitu sebagai berikut:

1) Crowdfunding

Crowdfunding atau penggalangan dana adalah contoh pemahaman fintech yang lagi banyak diminati di beberapa negara termasuk Indonesia. Dengan adanya teknologi ini orang-orang dapat menghimpun ataupun menyumbang untuk inisiatif atau acara sosial yang dekat dengan hati mereka (Liran, 2016).

2) Micro Financing

Microfinance adalah keuangan mikro yaitu layanan yang disediakan oleh perusahaan fintech yang menawarkan layanan keuangan dalam kehidupan sehari-hari dan keuangan untuk kelas menengah ke bawah. Karena sebagian besar orang dalam kalangan ekonomi ini tidak memiliki akses terhadap layanan perbankan, mereka juga kesusahan mengakses dana bisnis untuk memulai bisnis atau mata pencaharian (Wahid, W. 2020). Keuangan mikro bertujuan untuk mengatasi perkara ini dengan menyalurkan dana bisnis langsung dari kreditur kepada calon debitur. Sistem perdagangan dibuat sedemikian rupa agar kinerjanya kompetitif bagi pemberi pinjaman tetapi terjangkau bagi peminjam. Salah satu perusahaan teknik pemula yang mempraktekkan keuangan mikro adalah Amartha, yang menyatukan UMKM pedesaan dan investor online (Chairul, I. 2019).

3) P2P Lending Service

Orang ini biasa disebut sebagai rentenir. Perusahaan fintech ini menolong masyarakat yang memerlukan pembiayaan untuk mencukupi kebutuhannya. Definisi fintech ini memungkinkan konsumen untuk lebih mudah meminjam uang untuk berbagai kebutuhan hidup tanpa harus melalui proses rumit yang sering dijumpai di bank biasa (Liran, 2016). Contoh perusahaan fintech yang terlibat dalam ruang peminjaman uang adalah Awan Tunai, sebuah startup yang menawarkan pembayaran digital yang aman dan mudah (Rakhmat, 2019). Pandemi COVID-19 telah mendorong inklusi keuangan mendorong peningkatan besar dalam *digital payment* di tengah ekspansi global layanan keuangan formal. Ekspansi ini membuka pintu peluang ekonomi baru, dan meningkatkan kemampuan di tingkat household untuk mengelola keuangan dengan lebih baik, berdasarkan database Global Findex 2021 Pandemi juga menyebabkan peningkatan penggunaan pembayaran digital. Di ekonomi low income dan middle class, terdapat lebih dari 40% orang yang bertransaksi di toko maupun online menggunakan kartu, telepon, atau internet sebagai alat pembayaran untuk pertama kalinya sejak awal pandemi. Hal ini juga berlaku untuk lebih dari 30% orang di berbagai negara yang berpenghasilan rendah dan menengah dalam membayar tagihan listrik mereka langsung dari rekening publik (Kompas.id, 2022). Menurut hasil analisa dari Singapore Fintech Association (SFA), PWC, dan United Overseas Bank (UOB), jumlah perusahaan financial technology (fintech) di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini bertepatan dengan pesatnya penyebaran keuangan digital di tanah air. Indonesia memiliki 440 perusahaan fintech pada tahun 2017. Setahun kemudian, jumlah itu meningkat 32,5% menjadi 583 perusahaan. Jumlah perusahaan fintech meningkat lagi menjadi 691 unit pada 2019 dan 758 unit pada 2020. Hingga September 2021, jumlah itu meningkat lagi sebesar 3,56% menjadi 785 perusahaan fintech (fiskal.kemenkeu.go.id, 2021).

Karaniya Dharmasaputra, Sekretaris Jenderal Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) mengatakan bahwa fintech industry selama ini telah mendukung financial transaction, terutama pada masa PSBB. Tak hanya untuk individu, namun juga UMKM telah merasakan manfaat atas kehadiran pembayaran finansial untuk mendukung transaksi dan payment mereka. Selama masa PSBB, pembayaran menggunakan fintech akan berperan besar terhadap UMKM dan individu. Pada periode yang sama, jumlah transaksi ATM dan kartu debit menurun, sementara jumlah metode pembayaran uang elektronik (e-money) meningkat. Di tengah aktivitas ekonomi yang melambat, pandemi telah mendorong berkembangnya penggunaan e-commerce dan mempercepat transformasi digital. Ketika lockdown menjadi norma baru, bisnis dan konsumen semakin "*went digital*", menawarkan dan membeli lebih banyak barang dan jasa secara online, mendorong pangsa pasar *e-commerce* dan perusahaan penyedia layanan pembayaran digital. di seluruh dunia dari 14% pada tahun 2019 menjadi sekitar 17% pada tahun 2020 (cwts.ugm.ac.id, 2022).

Bisnis dan konsumen yang '*go digital*' yang telah membantu mengurangi penurunan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi. Dan mereka juga telah mendorong transformasi digital yang akan memiliki dampak jangka panjang pada masyarakat kita dan kehidupan kita sehari-hari – sesuatu yang tidak semua orang siap untuk itu. Negara berkembang tidak hanya konsumen tetapi juga pemain aktif dan karenanya produsen ekonomi digital. Peristiwa seperti ini juga terjadi di Indonesia di mana penggunaan berbagai aplikasi pembayaran digital seperti Gopay, Ovo, Astrapay, dsb. Pengguna OVO baru meningkat 267% selama pandemi (dailysocial.id, 2020). E-wallet DANA tidak mau ketinggalan. Dari Januari hingga pertengahan Mei 2020, pertumbuhan transaksi DANA mencapai 50% (id.investing.com, 2020). Transaksi e-wallet Go Pay meningkat sebesar 103% selama pandemi (cnbcindonesia.com, 2020). Selain e-wallet dan perbankan digital, e-commerce juga meningkat di

masa pandemi ini. Kurnia Rosyada, Vice President Marketplace Bukalapak, mengatakan meski dalam situasi pandemi, transaksi di Bukalapak pada Juni meningkat hingga 50% dibandingkan bulan yang sama tahun lalu (newssetup.kontan.co.id, 2020).

Astrapay sebagai salah satu penyedia alat pembayaran berbasis digital yang berkembang dengan pesat. Pada akhir Maret 2022, Astrapay mampu mencatat lebih dari 4,4 juta penggunanya (cnbcindonesia.com, 2022). Menurut data mereka, nilai Gross Transaction Volume (GTV) AstraPay mencapai Rp 4,6 triliun pada periode yang sama. Jumlah ini meningkat signifikan sejak akhir tahun 2021. Sebagai perbandingan, pada akhir tahun 2021 terdapat 3,3 juta pengguna AstraPay dengan level GTV sebesar Rp 2,1 triliun (suara.com, 2022). Meningkatnya penggunaan berbagai aplikasi fintech ini mengindikasikan bahwa terjadi perubahan pola transaksi masyarakat yang biasa menggunakan alat pembayaran konvensional menjadi digital. Tidak hanya sebatas alat pembayaran, tapi penggunaan fintech sebagai instrumen investasi, pembiayaan atau peminjaman juga meningkat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang ini dengan maksud untuk memenuhi kewajiban penulis sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) program studi Manajemen. Program kerja magang ini setara dengan perkuliahan umum yang memiliki bobot 20 sks dengan mata kuliah Professional Business Ethics (3sks), Industry Experience (7 sks), Industry Model Validation (7 sks), dan Evaluation and Reporting (3 sks). Program kerja magang ini memberikan banyak benefit bagi penulis seperti networking, pengalaman hingga tunjangan. Penulis mendapatkan pengalaman dunia kerja profesional terkhususnya di bisnis Payment Channel. Dengan dimilikinya ilmu pengetahuan yang telah dituntut

semasa perkuliahan, Penulis berharap dapat menerapkan ilmu tersebut semasa program magang berlangsung. Dan dengan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis berharap dapat ikut serta membantu dalam mensukseskan visi dan misi perusahaan.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya praktek kerja magang di PT. Astra Digital Arta adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat kelulusan S1 Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah ditimba selama proses perkuliahan baik itu *soft skill* maupun *hard skill*.
3. Mendapatkan pembekalan sebelum masuk ke dunia kerja.
4. Menambah pengalaman penulis bekerja di bisnis *fintech*.
5. Mendapatkan networking kesempatan kerja mengembangkan jaringan kontak profesional, yang dapat berguna untuk referensi di masa depan.

1.3. Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Program kerja magang ini dilaksanakan mulai 15 Agustus 2022 sampai dengan 15 Januari 2022 dengan hari kerja Senin - Jumat dan jam kerja 08.00 - 17.00. Pelaksanaan Program kerja magang ini sesuai dengan syarat MBKM yaitu 800 jam kerja atau 100 hari kerja. Berikut informasi pelaksanaan program magang penulis:

Nama Perusahaan : PT Astra Digital Arta

Bidang usaha : Payment Channel

Waktu Pelaksanaan : 15 Agustus 2022 - 15 Januari 2022

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 09.00 - 17.00 WIB

Posisi Magang : Astra Partnership

Alamat Perusahaan : Menara Astra, Lantai 56, Jl. Jenderal Sudirman, RT. 01/RW. 11, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, 10220.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur program kerja magang ini dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan buku panduan MBKM Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, berikut adalah tahap-tahap prosedur program kerja magang;

1. Mengisi form registration permohonan magang pada website Merdeka.umn.ac.id dengan tujuan mendapatkan surat Pengantar Kerja Magang.
2. Setelah form registration permohonan magang di approve, pihak kampus akan memberikan surat pengantar kerja magang.
3. Melampirkan CV, Transkrip Nilai sementara dan juga surat Pengantar Kerja Magang dan diserahkan kepada PT. Astra Digital Arta.
4. Melakukan *interview* online dengan Bapak Alvin Kosasih (Head Supervisor Partnership).
5. Penulis menerima *offering letter* dari perusahaan sebagai tanda bahwa penulis diterima di perusahaan.
6. Melengkapi formulir *complete registration* di website Merdeka.umn.ac.id.
7. Penulis melakukan boarding perusahaan di tanggal 15 agustus bersama dengan karyawan magang lainnya.
8. Bapak Alvin Kosasih memberi pengetahuan terkait divisi partnership dan memberi penjelasan terkait Jobdesk penulis.
9. Mengisi (form Daily task) di website Merdeka.umn.ac.id terkait kegiatan sehari-hari selama magang di perusahaan Astra Digital Arta (Astrapay)

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul **“KEGIATAN ASTRA PARTNERSHIP DI PT ASTRA DIGITAL ARTA”**

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas terkait garis besar secara keseluruhan laporan magang ini, mulai dari latar belakang industri yang dipilih, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan serta sistematika penulisan laporan kerja magang yang dilaksanakan di PT Astra Digital Arta.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menginformasikan terkait perusahaan secara luas baik itu dari profil perusahaan, produk, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan Astra Digital Arta (AstraPay).

BAB III PELAKSANAAN praktek KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan terkait pelaksanaan praktek kerja magang mulai dari hierarki kedudukan penulis dalam perusahaan, uraian kerja selama proses praktek kerja magang. Hasil pembelajaran yang penulis dapat selama proses praktek kerja magang.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan terkait kesimpulan dari hasil praktek kerja magang yang telah penulis laksanakan mulai dari pokok permasalahan yang diambil dalam laporan ini serta kesesuaian teori yang telah penulis dapat selama praktek kerja magang. Pada bab ini penulis juga memberikan saran kepada perusahaan terhadap kekurangan perusahaan.

