

PROMO CASH BACK DOMPET DIGITAL UNTUK SIAPA?

Oleh Indra Aditya Kusuma

“Maaf pak, pembayaran nya menggunakan tunai, kartu debit / kredit atau uang elektronik?” kasir sebuah kedai kopi menanyakan kepada saya dan belakangan biasanya saya tanyakan balik “Yang promo cash back nya paling besar apa mbak?”

Situasi di samping seringkali kita jumpai sekarang, alih-alih mempersingkat waktu transaksi terkadang waktu pembayaran menjadi lebih lama dikarenakan kita memiliki hobi baru yakni membandingkan promo cash back yang paling besar. Fenomena banyak pilihan dalam penyelesaian transaksi retail menjadi semarak pasca perusahaan dompet

digital ikut masuk dalam persaingan metode pembayaran. Seolah transaksi tunai bahkan pembayaran via kartu debit / kredit menjadi old fashioned, semua terlihat dipermudah menggunakan teknologi yang ditawarkan dompet digital.

Sejenak kita luangkan waktu untuk mengecek aplikasi pada telepon selular kita, apakah sudah terinstall aplikasi dompet digital yang memfasilitasi transaksi sebut saja seperti gopay, ovo point, linkaja atau dana. Paling tidak 2 dari 4 fasilitas dompet digital tersebut pasti ada dalam selular kita yang dapat dengan mudah diunduh melalui google play atau ios. Data terakhir yang diperoleh berdasarkan katadata.co.id per 16 Juli 2019 aplikasi gojek untuk gopay memiliki \pm 142 juta, ovo \pm 115 juta, linkaja \pm 23 juta pengguna aktif, sementara berdasarkan data google play aplikasi dompet digital dana telah diunduh lebih dari 10 juta pengguna. Belum lagi fenomena uang elektronik muncul lebih dulu, Bank Indonesia merilis per Desember 2018, transaksi uang elektronik secara nominal mencapai Rp. 47,2 Trilyun dengan jumlah pengguna uang elektronik sebesar 167,21 juta dan volume transaksi sebesar 310,72 juta transaksi bahkan diperkirakan pada tahun 2023 pengguna uang elektronik akan mencapai 241,3 juta pengguna.

Angka-angka tersebut tentu mengejutkan bagi sebagian kita, namun seharusnya keterkejutan tersebut mereda seiring dengan fakta bahwa aplikasi-aplikasi tersebut memang ada di smart phone kita. Uang elektronik, bahkan telah lebih dahulu menggantikan tempat uang kertas di dompet kita. Kini sebagian uang kita juga ikut bermigrasi ke handphone melalui aplikasi dompet digital. Syarat memilikinya pun relatif mudah, cukup dengan alamat email dan nomor telepon selular aktif (beberapa feature khusus mengharuskan data KTP) maka akun kita telah dapat digunakan untuk bertransaksi. Apabila orang tua dahulu seringkali menyalin uang “receh” pada dompet khusus sekedar untuk petty cash harian, kini kas kecil kita menjelma ke dalam aplikasi dompet digital pada selular atau berubah bentuk menjadi uang elektronik. Belum lagi apabila ditambahkan aplikasi belanja online dan travelling liburan kita seperti



Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia

Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Ticket.com, Traveloka dan masih banyak yang lainnya, tentu tidak sedikit saldo mengendap yang bahkan kita lupa jumlahnya seperti hal uang “recek” dalam dompet kita dulu.

Menariknya, terdapat 167,21 juta pengguna uang elektronik dan juga lebih dari 142 juta pengguna aplikasi dompet digital seperti kita yang mungkin “lupa” atau acuh dengan berapa saldo mengendap yang dimiliki. Bahkan, secara tidak sadar telah memindahkan sebagian dana pada rekening banknya ke rekening akun aplikasi online atau uang elektronik untuk keperluan rutin hariannya seperti sekedar membayar parkir, transportasi atau membeli makanan. Dapat dibayangkan apabila dari keseluruhan pengguna tersebut, seandainya memiliki paling tidak Rp.1000 pada dompet digital atau uang elektroniknya. Artinya terdapat potensi dana mengendap sebesar Rp. 167,21 Trilyun pada uang elektronik dan lebih dari Rp. 142 Trilyun pada aplikasi dompet digital yang kita miliki. Semula mungkin saja dana tersebut ada pada dompet uang recek kita atau pada rekening tabungan bank yang kita miliki. Namun sebagaimana disampaikan sebelumnya, telah terdapat migrasi uang tunai dan bahkan sebagian dari tabungan kita kepada akun aplikasi-aplikasi di telepon selular dan kartu elektronik yang ada di genggamannya. Apabila kita tempatkan pada rekening bank, maka kita paling tidak dapat menikmati jasa bunga yang anggap saja saat ini 1% dalam setahun. Dihitung secara kasar, maka ada lebih dari Rp. 3 Trilyun potensi dana yang mengendap pada uang elektronik dan aplikasi dompet digital. Tentunya kenikmatan tersebut tidak diperoleh oleh pengguna yang tidak memiliki rekening bank dimana aplikasi dompet digital bahkan tidak mewajibkan pengguna memiliki rekening bank.

Lalu siapa yang menerima manfaat jasa bunga tersebut? Untuk uang elektronik, sebagian besar dimiliki oleh bank-bank BUKU 3 dan 4, sementara perusahaan pemilik dompet digital transaksi keuangannya juga memerlukan pengelolaan bank. Namun perusahaan dompet digital mampu menawarkan kemudahan transaksi yang lebih baik serta seolah terlihat lebih efisien dari fasilitas layanan yang ditawarkan oleh bank, sehingga mereka mampu mengelola sebagian pangsa yang sebelumnya dikuasai penuh oleh bank. Manfaat lain yang diperoleh oleh perusahaan dompet digital adalah ketika pengguna ingin melakukan proses top-up dana pada dompet digital, pengguna diharuskan mentransfer sejumlah dana ke rekening virtual perusahaan dompet digital yang terafiliasi dengan rekening bank mereka. Hampir seluruh bank BUKU 3 dan BUKU 4 telah bekerjasama dengan perusahaan dompet digital sehingga pengguna menjadi mudah dalam melakukan pengisian saldo pada akun yang dimiliki. Artinya semula kita lah yang dapat menikmati keuntungan jasa bunga dari seluruh saldo simpanan bank kita, namun saat ini sebagian keuntungan tersebut telah berpindah ke perusahaan dompet digital. Belum lagi jika kita menghitung fee based yang diterima dari setiap top-up saldo beberapa dompet digital, tidak sedikit keuntungan yang dibagi antara bank dengan perusahaan dompet digital.



Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia

Lebih jauh kita membayangkan apabila kemudian perusahaan dompet digital tersebut menjelma menjadi bank. Mereka dapat dengan sangat efisien mengumpulkan dana pihak ketiganya melalui kemudahan transaksi dari teknologi yang dimiliki. Bayangkan jika bank harus mengeluarkan biaya bunga untuk dana pihak ketiga yang dihimpun, sementara perusahaan dompet digital dengan hanya memanfaatkan dana saldo mengendap saja, tidak harus menanggung beban biaya bunga, bahkan pengguna yang dikenakan charge apabila ingin mengisi saldonya yang mana hal ini tidak dijumpai pada layanan bank. Memang perusahaan dompet digital pada awal mengenalkan produknya, harus rela “membakar uang” guna mengumpulkan data pengguna dan membangun ekosistem, namun tampaknya bagi mereka “data is the oil” mulai terasa dampaknya. Rilis dari gojek pemilik dompet digital gopay, pada tahun 2018 transaksi pengguna gopay sebesar Rp. 87 Trilyun lebih besar dari rilis Bank Indonesia terhadap pengguna uang elektronik yang sudah merupakan gabungan 12 bank dan 5 perusahaan telekomunikasi. Angka tersebut tentu akan terus meningkat yang artinya saldo mengendap atau pada bank dikenal dengan istilah core deposit juga akan terus bertambah jumlahnya.

Sebagai penutup, mungkin 2 tahun lalu masih sulit bagi kita membayangkan perusahaan pemilik gopay seperti gojek atau perusahaan penjaja tiket dan kamar hotel seperti traveloka memiliki produk kredit selayaknya sebuah bank. Namun sekarang kita mengenal produk pay later dimana pengguna tidak harus memiliki saldo atau melakukan transfer pembayaran terlebih dahulu untuk menyelesaikan transaksi, dengan kata lain dibayarin dulu. “Oil” yang mereka miliki dan bangun tampaknya sudah cukup untuk melakukan perhitungan kelayakan pemberian pinjaman kepada pengguna, walaupun dengan limit yang masih terbatas. Perlahan tapi pasti model bisnis intermediasi tradisional bank, sudah mulai sepenuhnya diadaptasi secara lebih efisien dan pemanfaatan teknologi secara lincah oleh perusahaan-perusahaan pemilik dompet digital non-bank. Bagian paling menariknya, di saat bank mulai bergeliat cepat untuk mengadaptasi bahkan bertransformasi menjadi perusahaan teknologi seperti fakta teranyar DBS Bank Singapore akhirnya mengajukan ijin untuk menjadi perusahaan IT, perusahaan-perusahaan besar pengelola dompet digital konon justru berniat membeli bank atau tidak mungkin berubah kegiatan usahanya menjadi bank agar dapat mengelola seluruh transaksi keuangan mereka yang semakin besar. Bagi sebagian kita, fenomena besar ini mungkin sekedar seberapa besar cash back atau promo yang diperoleh saat membeli secangkir kopi, namun di sisi lain dalam transaksi secangkir kopi terdapat pergeseran lajur dari alur arus uang yang kita miliki.



Tentang Penulis :



Indra Aditya Kusuma, SE., CPHR

Lulusan Indonesia Banking School program studi Manajemen Pemasaran tahun 2008 dengan predikat cum laude. Berpengalaman sebagai Faculty Member LPPI sejak 2009 dengan sertifikasi Trainer Manajemen Risiko Level 1 (BARA), TOT Bank Simulation (Belgian Bankers Academy/BBA), TOT Branch Simulation (BBA), 35 hours Exam Preparation for Project Management by Grey Campus, USA. Selain itu beliau memiliki pengalaman terlibat di beberapa penyusunan training program khususnya fresh graduate program seperti : PCP LPS, PCS OJK, PCP Indonesia Eximbank, MDP Bank QNB, MT Bank Resona, RMDP Bank Shinhan, ODP Bank bjb, ODP Bank DKI dan beberapa program lainnya. Beliau juga aktif sebagai mentor program-program ODP dan terlibat dalam beberapa penyusunan arsitektur training bank.

File ini dapat diunduh melalui : <http://lppi.or.id/produk/riset/>

Untuk korespondensi dan informasi lebih lanjut, hubungi :

Divisi Riset, Pengembangan Program dan Fakultas (DRPF)

Telp: (021) 71790919 ext. 393 | Email: riset@lppi.or.id

Website : www.lppi.or.id

Disclaimer: Tidak ada satu bagian pun dalam publikasi ini yang ditujukan sebagai promosi, penawaran, rekomendasi, nasihat investasi, atau untuk membentuk dasar keputusan-keputusan strategis atas suatu kegiatan, produk, dan/atau jasa dari pihak manapun. Oleh karena itu, Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia tidak bertanggung jawab terhadap keputusan pihak manapun.

