

PENGEMBANGAN KREDIT MIKRO DI INDONESIA

Mekanisme , Desain dan Implementasi

Oleh Krisna Wijaya

Pengamat Perbankan Senior – Direktur LPPI

Beberapa tahun terakhir ini, wacana mengenai kepedulian kepada pembiayaan berupa kredit mikro semakin mencuat ke permukaan dan menjadi topik menarik dalam berbagai perbincangan yang berkaitan dengan pembahasan mengenai pengentasan kemiskinan, dan perekonomian nasional secara umum. Dikalangan internasional PBB ikut tertarik dengan mencanangkan Tahun 2005 sebagai Tahun Kredit Mikro (The Year of Micro Credit) di Sidang PBB pada bulan November 2004. Kofie Anan selaku Ketua PBB dalam sambutannya mengatakan melalui pencaangan tersebut diharapkan selama 15 tahun kedepan akan dapat mengurangi kurang lebih 50 persen orang miskin di seluruh dunia.

Tidak ketinggalan di Indonesia pada tanggal 27 Februari 2005 Presiden RI secara resmi mencanangkan Tahun Kredit Mikro Indonesia (TKMI). Pencaangan TKMI dapat dikatakan merupakan tindak lanjut dari forum PBB. Jelas juga arahnya bahwa TKMI mempunyai agenda jangka panjang untuk dapat mengurangi kemiskinan di Indonesia. Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dominan dapat menjadi sebuah persoalan sekaligus solusi. Menjadi persoalan kalau saja tidak ditangani dengan baik dan benar jelas akan memberikan dampak yang signifikan kepada perekonomian. Sebaliknya apabila dikelola dan diperhatikan dengan penuh keberpihakan besar peluangnya bahwa UMKM adalah menjadi sebuah solusi bagi pembangunan perekonomian.

Jadi, secara umum, kredit mikro dapat dikatakan sebagai kredit-kredit kecil yang diberikan kepada pengusaha mikro baik dalam skala usahanya maupun dalam jumlah modal yang dibutuhkan. Dari seluruh kredit mikro yang telah diberikan, sebagian besar usaha tersebut bergerak di sektor primer yaitu sektor pertanian dalam arti luas. Implikasinya untuk kasus di Indonesia, usaha-usaha mereka sebagian besar tumbuh dan berkembang di pedesaan, di daerah pinggiran kota, dan sebagian kecil di perkotaan.

Sekedar untuk dapat memberikan persepsi yang sama dalam mengikuti pokok bahasan mengenai kredit mikro, maka saya gunakan defenisi yang saat ini masih berlaku berdasarkan nota kesepakatan bersama Menko Kesra dengan Gubernur Bank Indonesia

Dalam keseharian seringkali pengertian usaha mikro adalah pengusaha mikro. Sepintas tidak ada yang salah. Tetapi kalau kita kaji secara cermat menjadi ada perbedaan yang nyata. Kalau masalah pengertian usaha kecil dan pengusaha kecil dibahas, maka semata-mata hanya sekedar melakukan pelurusan agar diperoleh defenisi yang jelas



No.11/Kep/Menko/Kesra/IV/2002 dan No.4/2/Kep.GBI/2002 tgl 22 April 2002. Defenisi kredit mikro berdasarkan nota kesepakatan tersebut adalah sebagai berikut :

Adalah kredit yang diberikan kepada nasabah usaha mikro, baik langsung maupun tidak langsung, yang dimiliki dan dijalankan oleh penduduk miskin atau mendekati miskin dengan kriteria penduduk miskin menurut Badan Pusat Statistik dengan plafon kredit maksimal sebesar Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)

Berdasarkan defenisi tersebut diatas nampak bahwa dinamika tetap menjadi salah satu alasan mengapa defenisi kredit mikro harus fleksibel. Penetapan plafon kredit sebesar Rp 50 juta misalnya tentu tidak akan dipergunakan sepanjang masa mengingat nilai uang cenderung menurun sejalan dengan waktu. Dalam perkembangan terakhir Kementerian UMKM telah mengusulkan rancangan undang-undang (RUU) UMKM.

PENGUSAHA ATAU USAHA MIKRO

Semua defenisi tersebut diatas, di satu pihak memperkaya pemahaman, namun di lain pihak juga memberikan defenisi yang bias karena masing-masing pihak menggunakan parameter yang berbeda-beda. Sehingga kerap kali terjadi kebingungan menggunakan defenisi. Kita tentu tidak boleh terperangkap oleh silang-tingkap yang berkepanjangan karena adanya perbedaan defenisi.

Dalam keseharian seringkali pengertian usaha mikro adalah pengusaha mikro. Sepintas tidak ada yang salah. Tetapi kalau kita kaji secara cermat menjadi ada perbedaan yang nyata. Kalau masalah pengertian usaha kecil dan pengusaha kecil dibahas, maka semata-mata hanya sekedar melakukan pelurusan agar diperoleh defenisi yang jelas.

Kriteria Pengusaha UMKM Tahun 2018

PENGUSAHA	KRITERIA	JUMLAH	PERSEN	
1.Mikro	Aset	Max 50 juta	63.350.000	98,68
	Omzet	300 juta		
2.Kecil	Aset	>50 juta sd 500 juta	783.132	1,22
	Omset	300 juta sd 2,5 milyar		
3.Menengah	Aset	>500 juta sd 10 milyar	60.702	0,09
	Omset	>25 sd 50 milyar		
4.Besar	Aset	>10 milyar	5.500	0,01
TOTAL		64.199.334	100	

Sumber; Departemen Koperasi dan UKM, 2019 (Diolah)

Usaha mikro secara logika harusnya berkaitan dengan jenis usaha. Lalu apa batasannya. Yang paling mudah adalah perputaran usahanya atau omset penjualan. Katakanlah kita defenisikan usaha mikro itu adalah usaha yang omset nya dibawah Rp 100 juta per tahunnya. Kemudian apa yang membedakannya dengan pengertian pengusaha mikro?

Apapun defenisinya pengertian pengusaha pasti berkaitan dengan orangnya. Dengan perkataan adalah orang yang memiliki dan menjalankan suatu kegiatan usaha. Karena orangnya yang menjadi obyek, maka batasannya tentu kemampuan orang itu dalam memupuk modal atau kekayaan. Oleh sebab itu defenisinya harus lah berkaitan dengan kepemilikan aset. Katakanlah pengusaha mikro didefenisikan seorang pengusaha yang aset nya dibawah Rp 50 juta.



Dari defenisi tersebut diatas-dan apabila sepakat dianggap benar, maka mana yang akan dijadikan pilihan apakah memberdayakan usaha mikro atau pengusaha mikro atau kedua-duanya. Ini menjadi menarik dengan memperhatikan penterjemahan secara harfiah dalam praktek. Kalau usaha mikro adalah sebuah jenis usaha dengan merujuk kepada omset, maka tidak ada batasan bagi pemodal besar untuk menggeluti usaha mikro. Ambil misal jasa wartel yang memerlukan modal katakanlah Rp 50 juta. Pemodal besar bisa saja memiliki 10 usaha wartel di berbagai lokasi dan tetap dalam koridor usaha mikro. Jadi pemodal besar tidak dapat disalahkan kalau mereka akhirnya dapat juga memanfaatkan fasilitas dan kemudahan seperti pengusaha mikro.

Sebaliknya apabila pengusaha mikro yang akan dijadikan pendekatan, maka tidak mungkin pemodal besar itu mempunyai kesempatan masuk kedalam usaha mikro. Dari sisi kekayaan dalam bentuk modal dan aset saja jauh berbeda. Ini berarti tidak akan terjadi konglomerasi kecil-kecilan. Karena aset yang dijadikan tolok ukur selain jelas juga relatif mudah dihitung.

KREDIT ADALAH OPSI

Persepsi seringkali tidak dianggap penting karena dianggap sudah jelas. Tetapi dengan beranggapan sudah jelas dalam prakteknya bisa jadi menjadi tidak jelas. Ini sekedar contoh yang bisa jadi belum tentu relevan. Kalau ada seminar dengan biaya yang murah, maka para peminatnya sudah mempunyai persepsi bahwa seminar tersebut tidak berkualitas. Padahal hal tersebut tidak selamanya benar. Sebaliknya begitu biaya seminarnya mahal dan diselenggarakan di hotel berbintang, maka ada persepsi bahwa seminarnya pasti bagus dan bermutu hanya karena mahal. Padahal sama juga masih belum tentu benar.

Rupanya persepsi seperti ini juga berlaku pada perbankan. Misalnya, begitu kredit diberikan dengan bunga yang sangat murah, dengan persyaratan yang sangat ringan, persepsi masyarakat langsung menganggap sebagai sesuatu bentuk tidak langsung hibah dari pemerintah. Mereka akhirnya beranggapan seleksinya sekedar formalitas belaka sehingga fasilitas kredit itu diartikan sudah menjadi hak mereka.

Dengan kondisi persepsi seperti itulah para petualang bisnis datang berbondong-bondong dan dengan cekatan memanfaatkan kesempatan. Maka bertemulah dua hal yang tak menguntungkan. Pertama keengganan mengembalikan pinjaman yang telah diperolehnya, (karena telah ada persepsi di benak masyarakat yang menganggap kredit tersebut sebagai haknya) dan kedua kecurangan para petualang yang sejak awal memang berencana untuk tidak membayar hutang.

Salah satu hasil pembelajaran yang menarik berkaitan dengan persepsi mengenai kredit adalah Kupedes. Kupedes diperkenalkan dengan suku bunga komersial dan persyaratan teknis perbankan yang memadai. Faktanya tunggakan kreditnya atau NPL (non performing loan) justru rendah,. Pengalaman BRI dalam kurun waktu 1990-2005 misalnya, angka tunggakan Kupedes rata-rata dibawah 2,5 persen. Ini berarti meskipun berbasis komersial tetapi kesadaran mengembalikan kredit sangat tinggi.



Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia

Dari kenyataan tersebut satu hal yang dapat disimpulkan bahwa yang harus kita bangun dalam mengelola kredit perbankan adalah persepsi. Perlu dibangun persepsi baru bahwa BRI Unit sebagaimana bank komersial lainnya hanya akan membantu mereka yang layak dan memenuhi persyaratan perbankan. Jadi tegas sejak awalnya bahwa BRI Unit bukan sebagai lembaga pemberi hibah sehingga kredit bukanlah hak mereka, tetapi sekedar opsi.

Saat ini dan tentunya untuk selanjutnya, mengentaskan pengusaha mikro bukan lagi dilakukan dengan harus memberikan kredit dengan bunga rendah atau disubsidi. Karena terbukti dimasa lalu dengan pendekatan seperti itu dipersepsikan sebagai hibah atau hadiah. Di atas semua pemikiran itulah Kupedes dirintis. Dan sekaranglah saatnya mendidik masyarakat menggunakan bank sebagaimana mestinya. Kredit adalah bukan hak, tetapi opsi. Karena opsi, maka yang menentukan adalah pihak bank atas dasar kelayakan usahanya.

PELAJARAN KUPEDES BANK BRI

Jika kita berbicara bahwa semua orang miskin harus dientaskan, usahanya dikembangkan, saya selalu katakan, mana yang bisa dibantu oleh perbankan? Jadi yang memang bisa dibantu tentunya yang bisa memenuhi persyaratan teknis perbankan. Jadi peran perbankan tidak dapat dipaksakan begitu saja. Kalau ada yang belum memenuhi persyaratan tentu harus dicarikan jalan keluarnya, bukan dipaksakan harus ke bank.

Apa yang tidak bisa dikerjakan oleh bank tentu harus diambil alih oleh pihak lain. Misalnya saja dalam usaha meningkatkan pasitas pengusaha mikro untuk bisa layak dilayani oleh bank. Disini pemerintah bisa membantu dengan memberikan pelatihan manajemen, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pengelolanya, meningkatkan penguasaan teknologinya, menyokong dan memberikan akses pemasaran sehingga secara bisnis mereka memang layak berhubungan dengan perbankan.

Saya rasa sudah saatnya secara simultan ke depan nanti harus ada spesialisasi pembiayaan yang dapat menjangkau dan melayani pengusaha mikro. Yang layak ke bank tentunya langsung dapat dilayani. Lalu bagaimana dengan yang belum layak? Barangkali dapat ditangani dengan program-program khusus dari pemerintah.

Sekiranya akan ada program-program pemerintah, maka disainnya jangan sampai dikesankan sebagai suatu kegiatan yang tidak didasari pertimbangan bisnis. Oleh karena itu pendekatannya harus bernuansa kepada bagaimana bisa mengembangkan semua usaha-usaha secara komersial baik melalui sistem perbankan maupun non-perbankan.

Apa yang harus diperbuat oleh pemerintah tidak lain adalah meningkatkan kemampuan dan daya tarik pengusaha mikro. Secara sederhana jadikanlah komunitas pengusaha mikro yang belum bisa dibantu oleh bank itu menjadi gula yang manis. Kalau sudah begitu, maka bank ataupun lembaga keuangan lainnya akan berdatangan layaknya semut mencari gula.

Ide mengembangkan kredit mikro jelas merupakan bagian dari usaha menjaring lebih banyak pengusaha mikro dapat berhubungan dengan bank. Beberapa program yang dimaksud yang terus dilaksanakan oleh pemerintah melalui BRI sampai saat ini adalah; Kredit PHBK (Pola Hubungan Bank dengan Kelompok), Kredit Kepada Koperasi dan Anggota Koperasi, Kredit



Usaha Tani, Program P4K, Program KKI (Kredit Kecil Investasi), KKM (Kredit Kecil Modal Kerja), KUK (Kredit Usaha Kecil), dan KKU (Kredit Kelayakan Usaha).

Dari pelaksanaan kredit-kredit program yang telah dilaksanakan, seperti Kredit Bimas, KIK dan KMKP diperoleh suatu indikasi bahwa pendekatan pemberian kredit dengan bentuk pemberian subsidi pada akhirnya dirasakan sangat membebani pemerintah .

Menyadari akan hal tersebut diatas, maka timbul pemikiran untuk melakukan usaha-usaha pengembangan program perkreditan yang berorientasi kepada mekanisme pasar dengan tidak lagi melakukan pemberian subsidi. Kredit itulah yang kemudian disebut dan diperkenalkan Kredit Umum Pedesaan (Kupedes) yang berlangsung hingga saat ini.. Beberapa hal yang mempengaruhi keberhasilan Kupedes antara lain adalah :

I. TEPAT JUMLAH

Seperti pernah diulas dalam tulisan-tulisan saya sebelumnya, salah satu kunci sukses Kupedes (Kredit Umum Pedesaan) di BRI adalah adanya kemampuan menganalisa kredit secara tepat jumlah. Kenapa tepat jumlah menjadi penting dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut;

Pertama, pengertian tepat jumlah adalah kredit yang diperoleh nasabah jumlahnya sesuai dengan kemampuan nasabah untuk membayar (repayment capacity) sesuai dengan arus dana (cashflow) usahanya. Dengan demikian bank harus jeli dan tepat menghitung kemampuan membayar kredit agar tidak menimbulkan masalah dikemudian hari.

Kedua, agar dapat mengetahui kebutuhan kredit secara dengan tepat jumlah, maka ketersediaan data dan informasi yang akurat menjadi kunci utamanya. Informasi itu bisa berupa data kuantitatif seperti catatan dan laporan keuangan maupun data kualitatif berupa informasi lainnya yang berkaitan dengan nasabah. Tingkat akurasi tersebut sangat ditentukan dari kejujuran nasabah dalam menyampaikan data serta obyektifitas petugas kredit yang melakukan analisa.

Karena Kupedes menggunakan prinsip tepat jumlah-disamping tentunya tepat sasaran dan waktu, maka wajar sekiranya selama sepuluh tahun terakhir tunggakan atau NPL (non performing loan) nya dibawah 2,5 persen.

Khusus untuk program KIK/KMKP telah banyak dikembangkan seperti misalnya KIK/KMKP Massal untuk perikanan, koperasi, pencetakan sawah, mist blower, RMU (rice milling unit), program traktorisasi, TRI (Tebu Rakyat Intensifikasi), cengkeh rakyat, lada, ternak ayam, ternak potong, kopi dan model pembiayaan lainnya.

2. TEPAT SASARAN

Bank sebagai entitas bisnis pada dasarnya memberikan opsi dalam pembiayaan berupa kredit. Maksudnya disetujui atau tidak suatu permohonan kredit benar-benar hak prerogratif bank yang didelegasikan kepada pejabatnya. Tentu dalam proses menggunakan hak opsi itu pihak bank mempunyai sistim dan prosedur yang menjadi acuannya. Belajar dari keberhasilan Kupedes, maka pendekatan sasaran dengan *customer behavior approach* dapat didekati antara lain oleh aspek sebagai berikut ;



- Pertama, aspek geografis dimana lokasi bank haruslah secara efisien mampu mengenali karakteristik aktifitas ekonomi disekitarnya. Kalau berada di daerah pertanian, maka pemahaman tentang pertanian harus memadai. Pemahaman itu akan efektif kalau jarak dan waktu petugas bank dengan keberadaan nasabahnya sangat memungkinkan. Jangan sampai lokasi usaha nasabah itu berada pada jarak 50 km lebih misalnya. Tentu akan menyita waktu dan energi hanya sekedar untuk melakukan pembinaan. Belum lagi sarana dan prasarananya yang tidak baik sehingga jarak tempuh menjadi lebih lama.
- Kedua, aspek kultural meliputi sosial dan budaya yang ada disekitar pasar sasaran. Guru besar saya Prof.Dr.Ir. Sayogyo dari IPB pernah memberikan pesan bahwa jika anda ingin mengetahui tatanan ekonomi suatu daerah, maka pelajailah tatanan sosial dan budayanya. Apa yang kita dapat dengan memahami sosial budaya utamanya adalah yang berkaitan dengan kebiasaan-nilai dan perilaku masyarakat yang pada umumnya juga akan terefleksi pada sikap dalam berusaha.

3. TEPAT WAKTU

Seperti telah banyak diketahui bahwa kredit adalah merupakan salah satu alternatif pembiayaan usaha. Karena sifatnya alternatif tentu ada pertimbangan yang matang jika seorang pengusaha (nasabah) memutuskan untuk menggunakan kredit sebagai bagian dari permodalannya. Apapun pertimbangan yang mendasarinya sangat pasti dilandasi alasan rasional bahwa dengan adanya kredit diyakini dapat meningkatkan usahanya.

Pihak nasabah tentunya sudah berhitung apa dan bagaimana peluang bisnis itu dan kapan harus segera eksekusi. Meskipun demikian tentu harus ada referensi waktu. Misalnya kredit itu diperlukan bulan depan, sehingga segala sesuatunya dapat dipersiapkan dengan matang. Sangat tidak bijak kalau perlunya besok hari ini baru datang ke bank hari ini. Celakanya karena tidak mungkin lantas mengatakan bank nya tidak kooperatif. Disisi lain harus juga dimengerti kalau pihak bank memerlukan waktu dalam mengkaji suatu permohonan kredit. Seperti juga nasabah, maka pihak bank harus mempunyai referensi waktu untuk menyelesaikan analisisnya. Misalkan saja berdasarkan pengalaman proses kredit itu memerlukan waktu 3 minggu sehingga sejak awal sudah harus ada persiapan yang terencana dan terukur.

Berdasarkan pengalaman di lapangan, mau tidak mau akan ada titik temu mengenai batasan waktu yang diperlukan untuk mendapatkan kepastian putusan kredit. Untuk Kupedes BRI (Kredit Umum Pedesaan) misalnya telah ada semacam standar waktu yaitu maksimal 10 hari kerja. Mengapa ditemukan angka 14 hari kerja tentu didasari pengalaman, kemampuan dan prosedur yang ada. Dan memang salah satu kunci sukses Kupedes tidak lain adalah karena kemampuannya memberikan kredit tepat waktu.

Dari pengalaman Kupedes BRI pelaksanaan tepat waktu benar-benar karena adanya komitmen yang tinggi dari pihak bank dan nasabah. Mungkin karena Kupedes berada di komunitas bisnis yang relatif tidak terlalu luas, maka data dan informasi yang berkaitan dengan jenis usaha dan identitas nasabah relatif lebih mudah diperoleh. Belum lagi budaya masyarakat di sekitarnya yang kondusif. Hal lain yang menunjang adalah karena



karyawan BRI tidak semata sebagai pekerja tetapi lebih dari itu sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Kredit tepat waktu ibarat tepuk tangan dimana tanpa keselarasan tangan kiri dan kanan tidak mungkin terjadi tepukan. Keselarasan pada hakekatnya bentuk lain dari adanya kepercayaan. Kalau kredit sudah tepat waktu, maka selain kepercayaan meningkat juga memecahkan masalah nasabah. Karena kreditnya tepat waktu, maka peluang bisnis selalu dapat dimanfaatkan dengan optimal. Akhirnya tepat waktu dalam pelunasan juga menjadi komitmen nasabah.

PENUTUP

Secara hipotetis sangat mudah dijabarkan kaitan antara pemberdayaan usaha dan pengusaha mikro melalui kredit mikro dengan upaya-upaya pengentasan kemiskinan. Usaha mikro pada umumnya merupakan pintu masuk yang relatif mudah bagi orang-orang yang akan menjadi pengusaha pemula. Jadi kalau mereka tumbuh dan berkembang praktis mereka akan terentaskan baik karena mereka menjadi pengusaha maupun karena trickle down effect dari semakin banyaknya usaha dan pengusaha mikro.

Adalah menarik sekali apa yang disampaikan Presiden RI dalam sambutan pencaangan Tahun Kredit Mikro Indonesia pada tanggal 26 Februari 2005. Dengan nada canda Presiden menyampaikan bahwa kalau saja 42 juta usaha mikro, kecil dan menengah yang sekarang ada dan mampu menyerap tambahan 1 orang tenaga kerja saja, maka secara teoritis akan menyerap tambahan 42 juta orang yang masih menganggur. Kalau terbukti, maka yang tinggal adalah pengangguran yang berasal dari angkatan kerja baru yang mencapai 2,5 orang per tahunnya.

Pandangan Presiden tersebut sangat sederhana dan bermakna. Tinggal persoalannya bagaimana membuktikan bahwa perhitungan tersebut dapat diwujudkan menjadi suatu kenyataan. Dalam kaitan itu ada beberapa hal yang nampaknya perlu mendapatkan perhatian lebih cermat oleh pihak-pihak terkait sehubungan dengan TKMI.

Pertama, apakah yang akan diperhatikan dengan lebih serius pada tahun kredit mikro itu usaha mikro atau pengusaha mikro. Menurut saya seharusnya pengusaha mikro-apapun defenisinya. Karena pengusaha obyek utamanya berarti orientasinya kepada si pelakunya yang tidak lain orang-orang yang memang kemampuan usahanya berskala mikro.

Kedua, yang berkaitan dengan persepsi. Seringkali persepsi usaha dan pengusaha mikro selalu dikaitkan sebagai gugus atau kelompok yang harus dikasihani. Dengan landasan pemikiran seperti itu yang muncul dalam ide biasanya dikaitkan dengan berbagai bentuk charity (baca; hadiah atau hibah). Persepsi seperti itu harus segera diluruskan. Kalau tidak, maka akan sulit bagi pihak perbankan untuk tertarik.

Ketiga, pemberdayaan usaha dan pengusaha mikro belum banyak terkait baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap industri yang cepat berkembang. Ini bisa kita lihat dalam setiap pameran usaha dan pengusaha kecil, maka yang ditampilkan adalah hasil-hasil kerajinan tangan, souvenir, mebel, batik dan baju, sarung dan lukisan bahkan industri minuman tradisional.



Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia

Dalam praktek masih sangat jarang dalam kegiatan basar atau pameran menampilkan pengusaha kecil yang mempunyai value chain (keterkaitan langsung) dengan industri. Adalah sangat tepat sekali kalau Presiden mengilustrasikan model kemitraan pengusaha kecil di China. Pengusaha kecil disana terlibat aktif dalam kegiatan pembuatan baut dan mur serta berbagai produk komponen untuk kebutuhan industri elektronik ataupun otomotif. Dengan pendekatan seperti itu dapat dipastikan kalau industrinya semakin maju, maka pengusahanya juga akan terbawa maju yang pada gilirannya dapat mengentaskan mereka dari kemiskinan.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut tersebut diatas, maka apapun program dan kebijakannya seharusnya ditujukan kepada upaya meningkatkan posisi tawar (bargaining position) usaha dan pengusaha mikro agar mendapatkan arena (leveling field) yang sama dengan pengusaha lainnya.

Tentang Penulis :



Menyelesaikan studi S-3 program Doktoral pada bidang Program Studi antar Bidang, Universitas Gajah Mada pada tahun 2009 dengan predikat Cum Laude. Berbagai pengalaman di bidang Industri perbankan dan jasa keuangan antara lain sebagai Direktur Operasional BRI (2000-2003) dan Direktur Bisnis Mikro dan Ritel BRI (2003-2005), mendapat tugas dari Pemerintah sebagai Kepala Eksekutif (CEO) Lembaga Penjamin Simpanan/LPS (2005-2007), lalu sebagai Komisaris PT Bank Danamon Indonesia Tbk (2008-2010), Komisaris Independen PT Bank Mandiri Tbk (2010-2015), Anggota Tim Asistensi Menteri Keuangan Republik Indonesia (2003-2004), Anggota Tim Pengarah Forum Stabilitas Sistem Keuangan, Departemen Keuangan RI (2007). Beliau menjabat Komisaris Utama PT. Danareksa dan Direktur LPPI sejak tahun 2014 serta aktif sebagai Dosen untuk program magister pada beberapa perguruan tinggi.

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

Untuk korespondensi dan informasi lebih lanjut, hubungi :

Divisi Corporate Secretary

Telp: (021) 71790919 | Email: dcsc@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.

